



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Formação de Professores e Pesquisadores em turismo e
Hospitalidade

**“O EMPREENDEDORISMO COMO FORMA DE DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO”**

EDGAR CÂNDIDO MARTINS

Brasília – DF
Janeiro / 2006

Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Curso de Especialização em Formação de Professores e Pesquisadores em turismo e
Hospitalidade

**“O EMPREENDEDORISMO COMO FORMA DE DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO”**

EDGAR CÂNDIDO MARTINS

Prof^a. Dra. Maria T Ferraz Negrão de Mello
Coordenadora

Prof^o. Msc. Walter Eustáquio Ribeiro,
Orientador

Prof^o. Domingos Sávio Spezia
Professor Examinador

“Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação lato sensu em Formação de Professores e Pesquisadores em turismo e Hospitalidade para a obtenção do grau de Especialista”

Brasília – DF
Janeiro / 2006

Martins, Edgar Cândido.

O Empreendedorismo como forma de Desenvolvimento do Turismo /
Edgar Cândido Martins

Monografia – Curso de pós-graduação lato sensu em Formação de Professores e
Pesquisadores em turismo e Hospitalidade para a obtenção do grau de Especialista

Brasília – DF, janeiro de 2006.

Área de Concentração: Docência, turismo e hospitalidade.

Orientador: Walter Eustáquio Ribeiro

1. Turismo 2. Empreendedorismo 3. Desenvolvimento

Dedico este trabalho aos meus pais Vilma Cândida Martins e Joliveiro Antônio Martins por se constituírem diferente enquanto pessoas, igualmente belas e admiráveis quanto essência, estímulos que me impulsionaram a buscar vida, nova a cada dia, meus agradecimentos por terem aceitado se privar de minha companhia pelos meus estudos, concedendo a mim a oportunidade de me realizar ainda mais. E também a todos que contribuíram, acreditaram e compartilharam do exercício de mais uma ação.

Agradeço a Deus por ter procedido a mim dando saúde, inspiração, amizade, companheirismo e força para relevar minhas limitações como ser humano.

Aos meus pais, parentes e amigos pela compreensão, apoio, incentivo e por acreditarem na possibilidade de realização de meus sonhos.

Aos meus professores/educadores que acreditaram em minha potencialidade, que com suas relevantes contribuições me encorajaram a chegar ao fim dessa jornada.

Em especial o meu orientador Professor Walter Eustáquio Ribeiro, por ter paciência, compreensão, perseverança e amor em dedicar seu tempo e conhecimento na orientação deste trabalho, agregando valores ao mesmo, e por nos ensinar muito sobre comprometimento e dedicação.

As minhas amigas Keiler e Flávia que me adotaram e ofereceram todo seu carinho e amor, e suavizaram as dificuldades encontradas em meu percurso.

Agradeço também às minhas amigas Jennifer e Tânia que tanto me identifiquei e aprendi me apoiaram nos momentos difíceis de minha vida.

Em especial pelo senhor Tomaz Ikeda, proprietário do Garvey Park Hotel e presidente da ABIH-DF por ser profissional de referência e sucesso, e uma pessoa maravilhosa que incentivou e ajudou para concluir o curso. Também agradecer a Ana Paula por ser uma grande amiga durante todo esse tempo e todos os amigos da hotelaria de Brasília.

Aos funcionários do Centro de Excelência de Turismo que ajudaram no desenvolvimento de meu trabalho e contribuíram para a conclusão deste.

Alguns homens vêem as coisas como são, e perguntam:

"Por quê?"

Eu sonho com as coisas que nunca existiram e pergunto:

"Por que não?"

Bernard Shaw

RESUMO

Este trabalho mostra que o empreendedorismo sincronizado com o turismo pode potencializar a atividade turística dentro da economia, gerando contribuições como exemplo o aumento expressivo do PIB de um país, a geração de emprego e renda, e mudanças de comportamento pessoal e profissional na atividade. No século XXI, grandes avanços tecnológicos proporcionaram um mundo totalmente globalizado, onde o capitalismo reina e as organizações devem se referenciar e adequar ao mercado. Assim, situações cotidianas em que temos que vencer todos os dias os desafios de uma economia competitiva e globalizada, moldada em uma filosofia administrativa requerem, muito mais, um espírito inovador e agressivo daqueles responsáveis pelo gerenciamento das organizações. Este espírito é o empreendedor. O trabalho desenvolvido apresenta informações que buscam verificar a integração entre o turismo e o empreendedorismo. E para melhor compreensão do assunto, foi dividido (tematizado) em três momentos: o primeiro abordou sobre o turismo, suas concepções, seus conceitos, suas políticas e fatores econômicos. O segundo momento tratou especificamente o empreendedorismo, seus significados, comportamentos e resultados e, em último momento, foi tratado a relação entre empreendedorismo e turismo.

1. Turismo 2. Empreendedorismo 3. Desenvolvimento.

ABSTRAT

It was shown in this work that the entrepreneur synchronized with the tourism can more still harnesses the tourist activity inside of the economy, generating contributions as example the express increase of the GIP of a country, the generation of job and income and change of behavior in the personal and professional activity. In century XXI, great technological advances had total provided a globalization world, where the born in the kingdom capitalism and the organizations must be referring and adjust to the market. Thus daily situations where we have that to every day win the challenges of competitive and economy and globanized, molded in an administrative philosophy that requires much more an innovative and aggressive spirit of those responsible ones for the management of the organizations. This is the intreprenem spirit.. The developed work presents information that they search to verify the integration between the tourism and the entrepreneurship. And for better understanding of the subject we will go to work at three moments. The first one we will go to approach on the tourism, its conceptions, its concepts, its politics and economic factors. As the second moment will go to treat specifically on the entrepreneur, its meanings, behaviors and results and at last moment are treated the relation between the entrepreneurship and tourism.

1. Tourism
2. Entrepreneurship
3. Development.

SUMÁRIO

RESUMO	vii
ABSTRACT	viii
1. INTRODUÇÃO	01
1.1. Tema	02
1.2. Problema	02
1.3. Objetivo Geral	03
1.3.1. Objetivos específicos	03
1.4. Justificativa	04
1.5. Metodologia	04
1.6. Estrutura do Trabalho	05
2. REFERENCIAL TEÓRICO	06
2.1. Turismo	06
2.2. Turismo como atividade econômica	08
2.3. Políticas de Turismo	10
2.4. Políticas de Turismo no Brasil	12
2.5. Empreendedorismo	14
2.6. Características do Comportamento Empreendedor	17
2.7. Plano de Negócios	21
2.8. Empreendedorismo no Turismo	23
2.9. Análise de dados	27
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.	33
4. REFERÊNCIAS	35
5. BIBLIOGRAFIA	37
6. ANEXOS	39
6.1 Pesquisa de Turismo em Pirenópolis	39
6.2 Histórias de Sucesso: Experiências Empreendedoras	39
6.3 Boletim de Desenvolvimento Econômico do Turismo – Hotelaria	39

1. INTRODUÇÃO

O trabalho trata da relação entre turismo e empreendedorismo e o que juntos podem proporcionar para uma região ou país. O turismo é uma atividade marcante na economia de qualquer país, estado e município. Esta afirmativa se dá pelo fato do setor de serviços ser grande gerador de divisas, tanto para a iniciativa privada quanto para a pública. Diante de vários estudos sobre o turismo é notável a grande capacidade de gerar renda, trabalho e tributos se comparado com outros setores da economia.

O turismo atualmente é acatado pelos líderes de países em desenvolvimento como ferramenta propulsora da economia de suas nações. O turismo é considerado por muitos uma “indústria sem chaminé”. No entanto, este segmento está inserido no terceiro setor, mais conhecido como setor de serviços.

A educação empreendedora é um dos cominhos que contribui para o crescimento econômico do país, preparando o indivíduo para as mudanças no mundo do mercado. Os empreendedores buscam formas de utilizar técnicas e procedimentos que apresentem resultados financeiros, sociais e humanos bastantes positivos.

As aplicações do empreendedorismo em conjunto com a atividade do turismo apresentam grandes resultados para as iniciativas públicas e privadas. O setor passa a crescer mais rápido, sendo os empreendedores os principais agentes da mudança econômica, pois são eles que geram, disseminam e aplicam as inovações.

Os empreendedores ao identificarem as potenciais oportunidades de negócios e assumirem os riscos de investimentos, expandem as fronteiras da atividade econômica. Mesmo que muitos não tenham sucesso, é a sua existência que faz com que uma sociedade tenha constante geração de novos produtos e serviços.

O trabalho integrado entre o turismo e empreendedorismo busca soluções de desenvolvimento e cria novas propostas para a atividade turística. Utilizando das escolas, organizações, comunidades, como atores de envolvimento, estimula o espírito empreendedor e possibilita o desenvolvimento sustentável de habilidades empreendedoras e empresariais no ramo do turismo.

1.1. Tema

O turismo atualmente consegue atrair a atenção das pessoas para realizarem investimentos, com o intuito de abrir um novo negócio. Este fato é verificado pelos dados estatísticos por meio de fluxo turístico e investimentos em empreendimentos, que são apresentados pelos órgãos oficiais de turismo. Com estas informações positivas surge o interesse de trabalhar o empreendedorismo na atividade turística.

A atividade do turismo é vista como oportunidade de negócio. Tal situação nos obriga a pensar como devemos agir para fazer este negócio ter lucratividade e ao mesmo tempo sustentabilidade sociocultural e ambiental de forma duradoura. A cada dia cresce o número de empresas turísticas em vários municípios do Brasil, identificados como potenciais turísticos. Para que essas empresas possam proporcionar qualidade de vida, geração de renda, riquezas e trabalho para as comunidades surge o empreendedorismo como uma das soluções.

Sobre estes aspectos, verifica-se a necessidade de realizar um estudo sobre a relação entre turismo e empreendedorismo. Desta forma, delimita-se o tema do trabalho como sendo, “*O empreendedorismo como forma de desenvolvimento do turismo*”.

1.2. Problema

Com a globalização o mercado sofre transformações e adaptações. Paradoxalmente esse processo resultou para a diminuição da oferta de emprego e maior oferta de trabalho. Este fato veio colaborar para o crescente número de empreendedores no país.

Propiciando o surgimento de mais micro e pequenas empresas que representam fator importantíssimo para o desenvolvimento social e econômico de qualquer país, consegue fomentando a geração de emprego e renda.

Saber empreender significa desenvolver conhecimento sobre o seu negócio, habilidade em montar e desenvolvê-lo, saber aonde quer chegar, e exercitar novos comportamentos de gestão. Diante desta realidade, como recém formado em turismo, o autor resolveu montar seu próprio negócio, rompendo barreiras e vencendo desafios.

Uma das melhores definições para o espírito empreendedor segundo Martins (2005) é a busca de oportunidades. Esta definição espelha um desafio muito grande para a maioria das pessoas de nossa sociedade. O dia a dia das pessoas na maioria das vezes cumpre uma rotina: acordar, agir, relacionar-se, alimentar, e outros. O primeiro ponto a ser vencido, é

o auto-conhecimento. Faz-se necessário conhecer aquela pessoa que nos olha no espelho. O segundo ponto importante é começar a abanar aquela fagulha que está quase se apagando dentro de nós, chamada ambição, vontade de fazer, de inovar.

O turismo tem constituído em uma atividade de grande peso e dinamismo na economia mundial, como um dos elementos caracterizadores do novo estilo de vida das sociedades pós-industriais. Apresentou-se como atividade marcante no século XX, tendo uma perspectiva de continuidade de grande crescimento para o século XXI.

Para que o turismo seja visto como negócio faz-se, necessário em primeira instância a qualificação de mão-de-obra em todos os setores do turismo e da hotelaria. Hoje as maiores reclamações tanto dos empreendedores turísticos quanto dos turistas é a falta de qualificação profissional na área. É necessário que os empresários das micro, pequenas e médias empresas viabilizem novas formas de gestão, utilizar o empreendedorismo como agregador de valor ao produto turístico. Resultando em grandes empresários de empresas de qualquer tamanho (micro, pequenas, médias e grandes).

Embora o turismo consiga gerar riquezas, trabalho, perspectivas de melhora, verifica que, com a ajuda, do empreendedorismo isso passa a ser uma proposta concreta e duradoura. O resultado é o entendimento de como o empreendedorismo pode desenvolver o turismo e como o empreendedorismo influencia o turismo de uma região. Assim, a pergunta a ser respondida seria: o empreendedorismo pode gerar desenvolvimento na atividade do turismo ?

1.3. Objetivo Geral

Analisar de que forma o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do turismo.

1.3.1. Objetivos específicos

- ✘ Levantar as influências do empreendedorismo no turismo;
- ✘ Identificar as características do empreendedor de turismo;
- ✘ Identificar o empreendedorismo como ferramenta de desenvolvimento do turismo;

1.4. Justificativa

De acordo com o agente de notícias do CET da UNB (2006), o turismo mundial está mais resistente aos desastres provocados pela natureza. O secretário-geral da Organização Mundial do Turismo (OMT) apresentou dados preliminares do Turismo Mundial, o balanço estatístico em que o fluxo de viajantes cresceu em média 5,5% no ano 2005, registrando 808 milhões de desembarques internacionais em todos os continentes, contra os 766 milhões registrados em 2004.

No Brasil dados apresentados não foram diferentes da OMT. Segundo o Banco Central brasileiro (BRASILNETWORK, 2006), o ano de 2005 representou o maior e melhor resultado do turismo internacional para o país. Este resultado foi obtido em função do plano de metas a ser alcançado por meio o Plano Nacional de Turismo, que busca tratar do planejamento estratégico para o turismo brasileiro, que orienta o governo, o setor produtivo e a sociedade nas ações necessárias para o desenvolvimento da atividade turística.

Com o processo de regionalização do turismo no Estado de Goiás, estas regiões formaram território para formatação de roteiros e destino turístico, transformando em produto turístico a ser comercializado pelos turistas. Mas para que os turistas consumam este produto é necessário a existência de empreendimentos turísticos.

Com a inserção desta nova realidade, fruto de um planejamento voltado para o desenvolvimento do turismo nas regiões, há a necessidade de efetuar pesquisas que contribuam com o turismo no Estado, levantando informações para que se amplie o conhecimento do turismo goiano.

1.5. Metodologia

O caminho percorrido para a elaboração do trabalho iniciou pelo contato direto com empreendedores da atividade de turismo. Realizou pesquisas exploratórias, utilizando-se de recursos de pesquisa como internet; bibliográfica; documental; dados estatísticos; relatórios e estudos de caso. Foi feito levantamento de dados sobre empresas de turismo, o empreendedorismo em geral, de forma a contribuir para observação e análise dos dados.

1.6. Estrutura do trabalho

A monografia é composta por três partes. A primeira parte apresenta a introdução, o tema, seus objetivos, seus problemas, justificativa, metodologia e estrutura do trabalho. A segunda parte trata o turismo e suas definições, o turismo como atividade econômica, as políticas de turismo e as existentes no Brasil, o empreendedorismo, seus significados, seus comportamentos, fatos e características pertinentes ao empreendedorismo e, por último, a relação entre empreendedorismo e turismo.

Ficando para a terceira parte a análise de dados e as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo

Durante toda a história da humanidade, de seu início aos dias atuais, o homem sempre procurou se deslocar. Esta busca pelo deslocamento aconteceu motivada por vários aspectos inerentes dentro de uma época. O deslocamento na história antiga, média, moderna e contemporânea passa a ser alvo de estudo de várias pessoas pelo mundo, buscando entender estes deslocamentos sob várias óticas.

Um das óticas de pesquisa e estudos mais recentemente passam a ter um grande papel de importância para a vida humana contemporânea. Estes estudos ajudam a compreender as necessidades humanas, a sua procura pelo diferente e pela busca da informação, compreensão, novidades chegando finalmente no conhecimento.

Na verdade, quando buscamos compreender o fenômeno turismo, assim descrito por muitos, buscamos analisar sua trajetória procurando responder perguntas como: Onde começou? Como começou? Quem o inventou? Qual o seu propósito? São perguntas para as quais muitas das vezes não se encontrará respostas, pois já sabemos que a curiosidade humana nem sempre é possível ser saciada. Sobre esta expectativa de responder os por quês, existem várias pessoas de diferentes ramos da ciência na busca de entender e dominar melhor este fenômeno para possuir seu poder nas mãos.

No século XXI, no terceiro milênio, com algumas dificuldades de compreender melhor sobre o turismo, ainda nos falta ter bem definido uma terminologia de forma igual e coesa. Alguns anos atrás a expressão turismo não era usada e sim o termo viagem. Hoje as pessoas dizem naturalmente que vão fazer turismo em determinado destino e não usa mais a expressão viagem. Diante desta afirmação temos uma pequena diferenciação nestes dois termos bastante semelhantes. Isso acontece porque em meados da década de 70 começa a aparecer a expressão motivada por conceitos capitalistas em que o consumo era a coisa mais importante e quem fazia o tal do turismo gerava um grande status pessoal ou da família. Enquanto que antes deste período todos quando se deslocavam de seu lugar de origem para outro o chamavam de viagem.

O turismo passa a chamar atenção e provocar maior interesse pelas pessoas a partir da grande Revolução Industrial momento de grande desenvolvimento para sociedade humana. Porém, o desenvolvimento verificado no período pós-guerra veio aumentar a procura pelo turismo. Este fato explica-se pela conjuntura da industrialização com o final das guerras mundiais os quais o mundo passa a ter mais tempo livre e passa a buscar mais a paz na terra. Conseqüentemente estes acontecimentos provocam um acelerado desenvolvimento tecnológico no mundo facilitando o homem a percorrer grandes distâncias em menor tempo através dos aviões, trens, automóveis e navios e também pelo desenvolvimento tecnológico da comunicação.

Assim, como qualquer assunto a ser estudado e pesquisado, faz-se necessário defini-lo. A definição da atividade de turismo é muito complexo, dinâmico e multidisciplinar. Outra dificuldade encontrada na conceituação do termo turismo é o de ser ou não uma ciência. O turismo pode ser interpretado sob várias ópticas. Ele sempre esteve relacionado a atividades de viagem e lazer e, ao estudá-lo, o homem o reconhece como atividade socioeconômica. A busca pela definição de turismo se dá pela necessidade de criar uma linguagem universal e obter referência científica. Durante o passar dos tempos, surgiram várias definições do termo turismo elaboradas por inúmeros estudiosos. Vejamos algumas delas.

Andrade (1999, p. 13) dialoga com o autor Bormann, formado pela escola de Berlim, que o turismo “ é o conjunto de viagens que tem por objetivo o prazer ou motivos comerciais, profissionais ou outros análogos, durante as quais é temporária sua ausência da residência habitual ”.

Ignarra (1999, p. 23) também busca entre outros autores como W Hunziker, K Krapf, professores da universidade de Berna , para definir o turismo como sendo “ a soma de fenômenos e de relações que surgem das viagens e das estâncias dos anos residentes, desde que não estejam ligados a uma residência permanente nem a uma atividade remunerada ”.

Lage e Milone (2000, p. 26) na busca da definição do turismo citam Mathieson e Wall os quais definem o turismo como sendo um “ movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destino fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas ”.

Andrade (1999, p. 34) diz que o turismo é o “ conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais ”.

Existem várias definições que se assemelham, embora possuam diferenças. Diante da necessidade de obter referência na terminologia e definição do turismo e conseguir estatísticas turísticas concretas e coerentes, a OMT – Organização Mundial do Turismo, ligada à ONU, define o turismo como “uma atividade que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outras”. Este conceito foi elaborado com base em pontos primordiais citados por outros autores e que hoje é tomado como referência.

O turismo está inserido no setor terciário, representado pelo serviço. Basicamente, o turismo é gerado por serviços turísticos. Estes serviços estão inseridos em um sistema turístico que se divide em elementos básicos na atividade turística. São eles: a *demand*a que é composta pelos turistas, a *oferta* que é representada pelo conjunto de bens e serviços turísticos para consumo e classificados em equipamentos turísticos e culturais, equipamentos de apoio turístico e equipamentos de infra-estrutura básica, o *espaço geográfico* que é caracterizado por uma localidade onde se encontra a oferta turística e a demanda turística, podendo se classificar em zona turística e complexo turístico; e, por fim, as *operadoras de turismo* que são os agentes intermediários da atividade turística colocando o turista em contato com o produto turístico(SANCHO,2001).

2.2 Turismo como Atividade Econômica

O sistema econômico classifica-se em três setores: o Primário; Secundário; e Terciário. Desta forma o turismo se insere no setor terciário da economia. Isso fica claro porque o turismo presta um serviço a ser consumido o qual busca satisfazer necessidades próprias de seus turistas. A atividade do turismo pode ser uma alternativa econômica e de transformação social. Esta afirmação é possível devido podermos perceber que com os investimentos em empreendimentos turísticos, muda-se a realidade de uma determinada região.

Hoje o turismo se apresenta dentro da economia mundial como atividade com os melhores resultados econômicos dentro dos países, gerando ótimas perspectivas ao alcance dos objetivos de políticas governamentais, apresentando geração de empregos, a captação de divisas, a desconcentração de rendas, a redução de desigualdades regionais e a melhoria da qualidade de vida das populações. (LAGE e MILONE, 2002)

Com a globalização, o turismo se fortaleceu e despertou em vários países o interesse em desenvolver a atividade turística, como opção de crescimento social e econômico. Isso é possível pelo fato do fenômeno poder gerar grande quantidade de empregos, rendas e divisas.

A atividade turística produz efeitos diretos, indiretos e induzidos, tanto de caráter global, refletindo sobre a estratégia das políticas de desenvolvimento, como de caráter parcial, influenciando no crescimento de outros setores produtivos, no equilíbrio da contas públicas, na distribuição de renda, e até na velocidade de circulação de moeda.

Segundo Lage e Milone (2002) o turismo apresenta questões micro e macroeconômicas para justificar a dinâmica que integra essa atividade. Dentro de uma visão macroeconômica o turismo se apresenta como ferramenta de grande eficiência e eficácia para a geração de emprego, renda e divisas. Uma forma de exemplificar isso é a balança comercial do turismo. Quando o país consegue atrair grandes números de turistas estrangeiros e estes deixam seu dinheiro no país contribuindo com o PIB (Produto Interno Bruto) representando as exportações do turismo no país e gerando grande receita de impostos para o governo. Já no momento que sai brasileiros para fazer turismo no estrangeiro e deixa dinheiro nesses países, o mesmo contribui para as contas de importação do país. Portanto na microeconômica são estudados os aspectos de demanda, oferta e de mercado turístico. A demanda está representada pela procura de bens e serviços turísticos, enquanto que a oferta esta ligada pelo número de bens e serviços oferecidos para os turistas consumirem. Já o mercado turístico é formado pela interação entre oferta e demanda turística, em que os produtos são determinados por um preço de acordo com as relações de mercado. Isto pode gerar ou não o equilíbrio da lei da oferta e procura. O turismo dentro do setor terciário da economia é visto como fator que faz a interação entre produção, consumo e distribuição de bens e serviços na busca em satisfazer o turista, que o consome, provocando grande competitividade entre as empresas que prestam serviços turísticos.

Todas estas informações se relacionam com o empreendedorismo, o mesmo provoca e gera todas estas expectativas de mercado, e o resultado é o lucro dos empreendimentos, quando utilizam uma gestão totalmente empreendedora.

2.3 Políticas de turismo

O turismo hoje é conhecido por muitos como uma atividade econômica importantíssima para o desenvolvimento de um país, região ou município. Para que se consiga o desenvolvimento do turismo eficiente e eficaz um dos passos é criar uma política de turismo. Há países no mundo que possuem atividade econômica de turismo com certa expressão e não utilizam de nenhuma política voltada para o turismo. Lickorish e Jenkins (2000) observam que na elaboração de uma política de turismo deve-se analisar que tipo de produto pode e deverá ser oferecida, sua comercialização, que tipo de turista deve ser atraído e que impactos essas políticas irão gerar.

Beni (2000, p. 102) afirma que os órgãos institucionais públicos de Turismo têm como função determinar prioridades, criar normas e administrar recursos e estímulo. À esfera federal cabem a formulação de diretrizes e a coordenação de planos. E juntamente com órgãos estaduais e municipais, a concepção de programas e execução de projetos regionais e locais. “A política de turismo enfatiza, ainda, a atuação do poder público por meio da concessão de incentivos fiscais e financeiros a empreendedores, obras e serviços considerados de interesse turístico.”

As unidades oficiais de organização do turismo têm a função de estimular o desenvolvimento ordenado do setor. Este estímulo tem o papel de planejar e coordenar ações, administrar, promover e oferecer serviços, avaliar e aperfeiçoar o setor, normatizar e controlar o turismo.

Na visão de Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 294) é definida política de turismo como sendo:

Um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação.

O propósito da política de turismo é o de proporcionar benefícios máximos aos interessados na região, ao mesmo tempo em que deve minimizar os impactos negativos. Às políticas de turismo, em sua maioria, não é dada importância, pois o seu papel é o de garantir, a um destino, uma imagem clara do que tem pretensão de se tornar. Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 295) dizem que, por meio de uma política de turismo em uma destinação turística, devem ser trabalhadas as seguintes áreas:

1. Os papéis do turismo dentro do desenvolvimento socioeconômico geral da destinação.
2. O tipo de destinação que irá cumprir de forma mais eficaz as funções eficientes.
3. Taxação – tipos e níveis.
4. Financiamento do setor turístico – fontes e prazos.
5. Natureza e direção do desenvolvimento e manutenção do produto.
6. Acesso e infra-estrutura de transportes.
7. Práticas regulamentadoras (como companhias aéreas, agências de turismo).
8. Prática e restrições ambientais.
9. Imagem e credibilidade do setor.
10. Relacionamentos na comunidade.
11. Oferta de recursos humanos e mão-de-obra.
12. Legislação sindical e trabalhista.
13. Tecnologia
14. Práticas de marketing.
15. Funcionamento do turismo estrangeiro.

Segundo o Sebrae em Goiás (2006) é necessário realizar gestão e políticas públicas com estratégias empreendedoras, a gestão passa a ser mais comprometida e conseqüentemente apresenta grandes melhorias nas comunidades. Com esta visão pode-se chegar ao desenvolvimento com maior agilidade, assim gerando novos negócios empresariais, e maior qualidade de vida para a população. A iniciativa proporciona o fortalecimento do setor empresarial, fomentando o empreendedorismo e tornando os negócios mais duradouros.

2.4. Políticas de Turismo no Brasil

Durante muitos governos brasileiros, não se enxergava o turismo como oportunidade de negócio e de desenvolvimento econômico para o país. Segundo o Ministério do Turismo (2006) existia uma reivindicação do setor de turismo de criação do seu ministério e o mesmo o de gerar políticas públicas e privadas que fomentem as articulações entre governos, iniciativas privadas e sociedades organizadas visando proporcionar resultados de desenvolvimentos e racionalizar gastos. E para que se alcançasse este objetivo no ano de 2003 foi criado o Ministério do Turismo que se estruturou em:

- ✦ **Secretaria de Políticas de Turismo:** compete precipuamente “a formulação, elaboração avaliação e monitoramento da Política Nacional do Turismo, de acordo com as diretrizes propostas pelo Conselho Nacional do Turismo”, bem como articular as relações institucionais e internacionais necessárias para a condução desta Política;
- ✦ **Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo:** compete realizar ações de estímulo às iniciativas públicas e privadas, de incentivos, de fomento, de promoção de investimentos em articulação com os Programas Regionais de Desenvolvimento, bem como apoiar e promover a produção e comercialização de produtos associados ao turismo e a qualificação dos serviços;
- ✦ **Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR:** autarquia que tem como área de competência a promoção, divulgação e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos do País no exterior;
- ✦ **Conselho Nacional do Turismo:** órgão colegiado de assessoramento, diretamente vinculado ao Ministro do Turismo que tem como atribuições “propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo”. Esse Conselho é formado por representantes de outros Ministérios e Instituições Públicas que se relacionam com o turismo e das entidades, de caráter nacional, representativas dos segmentos turísticos. O Ministério tem como desafio conceber um novo modelo de gestão pública, descentralizada e participativa, atingindo em última instância o município, onde efetivamente o turismo acontece. Desta forma estamos propondo um sistema de gestão composto no seu nível estratégico (União), o Ministério, o Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo. O Fórum Nacional de Secretários é um órgão informal, consultivo, constituído pelos Secretários e Dirigentes

Estaduais de Turismo, que auxiliará no apontamento de problemas e soluções, concentrando as demandas oriundas dos Estados e Municípios. Desta forma o núcleo estratégico estabelecerá canais de interlocução com os Estados da Federação, que por sua vez estarão conectados às necessidades advindas dos Municípios e regiões turísticas, tendo como atribuições: contribuir para construção das políticas e do Plano Nacional do Turismo, atuando como fórum facilitador e articulador para a formação das parcerias necessárias; elaborar os programas, projetos e ações estratégicas, aportando recursos e capacidade gerencial, coresponsabilizando-se para a construção de uma nova realidade; criar as parcerias e articular com os diversos atores, para executar e avaliar os programas e projetos concebidos; Outro instrumento do processo de descentralização será a constituição de 27 fóruns estaduais com a finalidade de integrar a cadeia produtiva nos Estados e Distrito Federal, facilitando a implantação do Plano Nacional do Turismo. O Fórum Estadual será composto pelo Secretário ou Dirigente Estadual, de um representante designado pelo Ministério do Turismo, pelas entidades públicas e privadas participantes do Conselho Nacional, por intermédio de suas representações regionais, pela representação dos municípios, pelas Instituições de Ensino Superior/Turismo, e demais entidades de relevância estadual vinculadas ao turismo. O Fórum Estadual terá como atribuição o cumprimento de um papel fundamental para a operacionalização das políticas formuladas pelo núcleo estratégico, constituindo-se em um canal de ligação entre o Governo Federal e os destinos turísticos. Ainda como parte da política de descentralização, os municípios serão incentivados a criar os Conselhos Municipais de Turismo e organizarem-se em consórcios para formar Roteiros Integrados, ofertando um conjunto de produtos turísticos, completando-se assim o sistema de gestão do turismo brasileiro.

Com a criação do Plano Nacional do Turismo o Ministério do Turismo (2006) passa ter uma ferramenta que orienta o governo, o setor produtivo e a sociedade nas ações necessárias para o desenvolvimento a atividade turística. O Plano Nacional do Turismo é o instrumento de planejamento do Ministério do Turismo que tem como finalidade explicitar o pensamento do governo e do setor produtivo e orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do setor do Turismo. Portando com as cinco metas do plano durante o período de 2003-2007, de criar condições para gerar 1,2 milhões de novos empregos e ocupações; aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil; gerar 8 bilhões de dólares de divisas; aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos; e ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado do País. Alcançando estas metas gerará aumento de investimentos

no setor de turismo através dos seus empreendimentos turísticos fomentando assim uma ação empreendedora.

De acordo com o seu macro programa de fomento do Ministério do Turismo (2006) o setor de turismo é basicamente realizado pela iniciativa privada o qual gera inúmeras oportunidades de negócios para a construção de empreendimentos e oferta de serviços. E para que haja investimentos neste setor faz necessário a disponibilização de linhas de crédito e financiamentos a cada segmento, atendendo principalmente a pequena e média empresa que não tem tido facilidade de acesso ao crédito. Conseqüentemente passa a se buscar uma gestão empreendedora a estes empreendimentos de forma que possam crescer pagar seus créditos e investir mais no setor. Com esta política de turismo o Ministério do Turismo cria linhas de crédito para o setor de forma a fomentar o empreendedorismo.

2.5. Empreendedorismo

Uma das formas de se verificar o desenvolvimento econômico de um país ou região é verificar o grau de atividades empreendedoras das pessoas, que buscam inovações e criação de empresas. As pessoas que buscam ser empreendedoras e estiverem preparadas a probabilidade de fracasso do negócio é pequena. Isso pode ser constatado com a convivência com pequenos empreendedores de vários segmentos. Este convívio é para tanto com aqueles que não tiveram sucesso no negócio, quanto com aqueles que o tiveram. A questão então é o preparo do empreendedor. (LEITE, 2002).

O empreendedorismo pode ser visto como a capacidade individual de empreender. Isto é, a capacidade de tomar a iniciativa, buscar soluções inovadoras e agir no sentido de encontrar a solução para problemas econômicos ou sociais, pessoais ou de outros, por meio de empreendimentos. O processo de iniciar e gerir empreendimentos é o conjunto de conceitos, métodos, instrumentos e práticas relacionadas com a criação, implantação e gestão de novas empresas ou organizações, assim podemos tornar o empreendedorismo uma disciplina a ser ensinada. O incentivo para desenvolver o espírito empreendedor é, um movimento social para a criação de emprego e renda, que recebe é fomentado pelos governos e instituições de diferentes tipos. (BIRLEY e MUZYKA, 22001)

Algumas pessoas já nascem com maior qualificação para o empreendedorismo. Outras não têm tantos talentos inatos, mas isso não quer dizer que não possam aprender e desenvolver esses talentos. Esse desenvolvimento é fundamental para toda pessoa que almeja implantar e gerir um pequeno negócio. Se uma pessoa tem capacidade empreendedora, ótimo,

ela tem boa probabilidade de acertar no mundo do pequeno negócio. Mas, a verdade é que os negócios exigem um pouco mais do que o talento empreendedor puro e simples. Por exemplo, faz-se necessário de conhecimentos específicos que o talento empreendedor não traz por si só. Assim esses conhecimentos devem contemplar aspectos mental, profissional e econômico. O desenvolvimento da capacidade empreendedora vai entrar nessa preparação também, de modo direto ou indireto.

Dentro de visão acadêmica conseguimos ver o empreendedor como a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Quaisquer que sejam as fontes de informação sempre encontraremos a figura do Empreendedor relacionada a alguém inovador, inquieto, criativo, planejador e sempre de olho no futuro.

Para o Empreendedor, o novo dia que começa não é “parte de uma rotina torturante a ser empurrado com a barriga” e sim uma etapa a vencer, um degrau a subir rumo à realização dos seus sonhos. É aí, na visão estratégica, de longo prazo, que reside não o único, mas certamente o maior diferencial entre a “visão empreendedora” e o “lugar comum.” Nos últimos tempos vem aparecendo inúmeros estudiosos e pesquisadores no campo do empreendedorismo, conseqüentemente surge várias conceitos e informações sobre o empreendedorismo. Essas definições possuem basicamente duas linhas de pensamentos: o econômico que se refere ao empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico; e, os comportamentais, que focam em aspectos atitudinais, como criatividade e intuição.

Schumpeter (1982) associou empreendedor ao conceito de inovação, apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. Para ele, o empreendedorismo é essencialmente um fenômeno que vem sob o aspecto maior da liderança:

O empreendedor se caracteriza pela sua capacidade de criar novas combinações de recursos produtivos, o que ocorre quando introdução de um novo bem econômico; introdução de um novo método de produção; abertura de um novo mercado; conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou outros insumos relevantes; estabelecimento de uma nova organização industrial". (SCHUMPETER, 1982, p. 146).

Para Drucker (1987), o trabalho específico de empreendedorismo numa empresa também está ligado à inovação e à visão de futuro. Segundo ele, o trabalho do empreendedor é fazer os negócios de hoje se transformarem em um negócio diferente no futuro (DRUCKER, 1987).

Para Shapiro (apud AGOSTINI et al., 2001), em quase todos os conceitos de empreendedor, há um consenso de que se está falando de um comportamento que inclui os seguintes aspectos:

- ✦ tomada de iniciativa;
- ✦ organização ou reorganização de mecanismos socioeconômicos para transformar recursos e situações em contos práticas;
- ✦ aceitação do risco de fracasso;
- ✦ entendimento de que o principal recurso utilizado pelo empreendedor é ele mesmo.

Para Timmons (apud AGOSTINI et al., 2001), o empreendedorismo está ligado à criatividade e capacidade de assumir riscos:

empreendedorismo é a habilidade de construir algo a partir praticamente do nada: fundamentalmente é algo humano e criativo. É encontrar energia pessoal para iniciar e construir uma empresa ou organização mais do que simplesmente assistir, analisar ou descrever. Fazer tal afirmação sobre tal ponto de vista requer uma voluntariedade em acalantar riscos – pessoais e financeiros – e, então, fazer todo o possível para colocar do seu lado as vantagens, reduzindo assim as possibilidades do fracasso (TIMMON apud AGOSTINI et al, 2001, p.4).

A capacidade empreendedora pode ser identificada por várias óticas, Birley e Muzyka (2001, p. VIV) estudaram esta capacidade, e em sua visão eles colocam que:

“Estudos mostram que o empreendedor bem-sucedido tanto pode ter nível superior e ter participado da alta administração de uma grande corporação antes de se tornar um proprietário/administrador, quanto ter deixado a escola e ter começado um negócio aos 16 anos de idade.”

O empreendedorismo dentro de todas estas características, visões, definições, conceitos mostra a sua importância de aplicabilidade dentro das empresas, contribuindo assim para os melhores desenvolvimentos dos negócios e apresentação de resultados mais garantidos.

2.6. Características de Comportamento Empreendedor

O estudo das características do comportamento empreendedor iniciou-se com a procura das características psicológicas distintivas do empreendedor, visando a definição do seu perfil psicológico. Consequentemente resultou um conjunto de características que podem ser normalmente identificadas nos empreendedores, como sendo a determinação, o otimismo, a independência, a vontade de enfrentar desafios e a vontade de correr riscos e outros. Por meio destes estudos e pesquisas, descobriram-se em empresários de sucessos dez características comportamentais, os quais com aplicabilidade conjunta delas conseguem alcançar sucesso dentro das empresas. Estas características psicológicas resultam segundo Martins (2005, p. 14-18) em CCE's (Características do Comportamento Empreendedor) e elas são:

Busca de oportunidades e iniciativa

Faz as coisas antes de solicitado, ou antes de ser forçado pelas circunstâncias; Age para expandir o negócio em novas áreas, produtos ou serviços. Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência. O empreendedor é alguém que está sempre buscando novas oportunidades. Observando o ambiente, costuma ter idéias que possam ser transformadas em negócios e as coloca em prática.

Persistência

Age diante de um obstáculo; Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos. A **persistência** é uma das características do empreendedor. Todo negócio tem seus momentos difíceis. Mas é preciso persistir e buscar superação.

Comprometimento

Faz sacrifícios pessoais ou despende esforços extraordinários para completar uma tarefa; Colaboram com os empregados, colaboradores e parceiros ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; Esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo, acima do lucro em curto prazo. Estar comprometido com a empresa significa ter envolvimento pessoal para que ela mantenha sua qualidade e seus compromissos e continue sempre crescendo. Para isso, é importante conhecer e cuidar também da área financeira; ela é uma peça-chave do seu sucesso empresarial. É importante estar presente e ter cuidado com a qualidade da produção e com o cumprimento de prazos.

Exigência de qualidade e eficiência

Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato; Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados. A exigência de qualidade e eficiência é um importante diferencial em qualquer tipo de negócio. Quando cumpre todos os prazos e garante a qualidade esperada pelo cliente, está conquistando a **confiança** dele. Lembre-se que, por mais qualidade que você forneça é preciso estar sempre melhorando para superar as expectativas e se destacar em relação à concorrência.

Correr riscos calculados

Avaliam alternativas e calcula riscos deliberadamente; Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados. Montar uma empresa ou investir para melhorá-la implica riscos. Ser ousado é muito importante. No entanto, é fundamental calcular esses riscos para saber onde, como e quando você deve arriscar para fazer sua empresa crescer. Aprender a correr riscos calculados significa avaliar as alternativas, reduzir os riscos e controlar os resultados. Se, por exemplo, você desejar investir em sua empresa para aumentar a produção e as vendas, é importante realizar uma pesquisa para saber se existe mercado para absorver este volume de produção adicional.

Estabelecimento de metas

Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; Define metas de longo prazo, claras e específicas; Estabelece objetivos de curto prazo, mensuráveis. Estabelecer uma meta é muito importante, pois especifica as condições, o tempo e aonde se quer chegar. Para atingir sua meta é interessante que se crie estratégias. Se sua meta é abrir uma empresa, este curso é uma ótima oportunidade para você testar seu comportamento empreendedor. Para seu objetivo se transformar em uma meta você precisa saber onde quer chegar e definir como e quando chegar.

Busca de informações

Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial. Conversar com clientes, fornecedores e concorrentes é essencial para posicionar melhor sua empresa no mercado. Um empreendedor está constantemente querendo saber mais e mais. Saber procurar e selecionar informações ajuda a melhorar o seu negócio. Obtenha informações de diversas fontes. Procure saber as opiniões dos consumidores sobre o produto, fique atento às sugestões e observações; pesquise maneiras de melhorar seu produto ou serviço; identifique vantagens e desvantagens de sua empresa em relação à concorrência; leia jornais, revistas, navegue na Internet, há sempre cursos e palestras e novas informações no mercado. Visite o concorrente, experimente o modelo dele e, quando a sua pesquisa pessoal não for suficiente, procure a ajuda especializada de um técnico. E lembre-se de consultar o SEBRAE de seu estado. Lá estão disponíveis publicações, cursos e serviços que lhe ajudarão nessa busca por informações.

Planejamento e monitoramento sistemáticos

Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; Revisa seus planos constantemente, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais.

Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões. Para se tornar um **empreendedor bem-sucedido** é preciso que você aprenda a **planejar**. Por isso, é indispensável que você aprenda a fazer um planejamento de suas ações futuras. Além de planejar, é preciso acompanhar sempre os resultados da empresa – fazer o que se chama de monitoramento sistemático, que consiste em: Divida as tarefas maiores em pequenas tarefas; Defina um prazo para cumprir cada uma dessas tarefas; Verifique sempre os resultados para saber se estão dentro do que havia sido planejado. Fazendo um acompanhamento diário de tudo o que acontece na empresa você pode notar qualquer mudança que ocorra nas contas, no cliente ou no mercado. É claro que, à medida que o seu negócio se consolida você deverá delegar tarefas, evitando a sobrecarga de funções. Se você ainda não tem um negócio, é importante saber que terá que desenvolver essa característica. Comece a desenvolvê-la elaborando o plano de negócio de sua empresa.

Persuasão e rede de contatos

Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; Age para desenvolver e manter relações comerciais.

Um empreendedor está sempre em contato com muitas pessoas: clientes, fornecedores, concorrentes, técnicos, especialistas de diversas áreas etc. Muitas vezes, são pessoas que não estão diretamente ligadas ao seu negócio mas que, a qualquer momento, podem ser muito úteis. Busque manter contato com as pessoas que podem se tornar fonte de informações e/ou soluções para você. Todo empreendedor precisa mais do que uma rede de contatos: precisa saber convencer as pessoas a fazerem o que ela deseja. Convencer o cliente a comprar mais ou o fornecedor a entregar mais rápido, por exemplo. Mas, para convencer alguém, é preciso ter bons argumentos, é preciso que estejam de acordo com os interesses da pessoa que está sendo convencida.

Independência e autoconfiança

Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; Expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio. Um empreendedor é sempre autodeterminado, sabe tomar decisões com segurança. Faz questão de

ser seu próprio patrão e dono do seu nariz; acredita em si e na capacidade de realizar sonhos e projetos. Tem a humildade para perguntar, pesquisar, ouvir e refletir sobre sugestões dadas, principalmente pelos mais experientes. Todo o empreendimento é um desejo concretizado por alguém que confiou no próprio potencial.

2.7. Plano de Negócios

Para que o empreendedor possa gerar desenvolvimento em sua localidade, apresentar sucesso do seu negócio é necessário segundo o SEBRAE (2003) estar atento ao mercado, observando a lei da oferta e procura entender de marketing para poder melhor vender seu produto e serviço. Uma forma de desempenhar bem esta função é desenvolver o plano de negócios de sua empresa.

Martins (2005) descreve que um plano de negócios bem estruturado é fundamental para o sucesso do novo empreendimento. O plano do novo empreendimento não precisa ser sofisticado. Mas tem que tocar nos aspectos certos, permitir as análises certas, induzir às decisões críticas para o sucesso do empreendimento. O Plano de Negócio é um documento que reúne informações sobre as características, condições e necessidades do futuro empreendimento, com o objetivo de analisar sua potencialidade e viabilidade, facilitando sua implantação. O Plano de Negócio também é um importante instrumento de ajuda ao empresário para enfrentar obstáculos e mudanças de rumos na economia ou no ramo em que atua. Para os empreendedores, que costumam ser mais realizadores do que redatores de propostas, uma ferramenta extremamente útil. Um bom plano é uma peça indispensável para o sucesso de qualquer negócio. Ele serve para:

- a) Examinar a viabilidade do empreendimento nos aspectos mercadológico, financeiro e operacional.*
- b) Integrar o Planejamento Estratégico*
- c) É ferramenta de negociação e ajuda a levantar recursos*

Martins (2005) afirma que o Plano de Negócio é um documento confidencial. Deve ser distribuído somente àqueles que têm necessidade de vê-lo, tais como a equipe gerencial, conselheiros profissionais e fontes potenciais de recursos. Ele se destina a: mantenedores de Incubadoras (iniciação de empresas, com condições operacionais facilitadas, mantidas por instituições de classe, centros de pesquisas, órgãos governamentais); parceiros (para definição de estratégias e discussão sobre formas de interação entre as partes); bancos

(para pleitos de financiamentos de equipamentos e instalações, capital de giro, expansão da empresa, etc.); investidores (entidades de capital de risco, pessoas jurídicas, bancos de investimento etc.); fornecedores (para negociação na compra de mercadorias, matéria-prima e formas de pagamentos); a própria empresa (para comunicação interna da gerência com o conselho de administração e com os empregados, comprometimento mútuo de metas e resultados); clientes (para venda do produto e/ou serviço e publicidade da empresa); sócios (para convencimento em participar do empreendimento e formalização da sociedade.)

Segundo Martins (2006) o empreendedor, mesmo aquele muito bem sucedido, trabalha de 12 a 16 horas por dia. Ele sabe o valor do seu tempo e procura utilizá-lo trabalhando arduamente na consecução de seus objetivos. O sucesso na criação de um negócio próprio depende basicamente do desenvolvimento, pelo empreendedor, de três etapas:

- a) Identificar a oportunidade de negócio e levantar informações.*
- b) Desenvolver o conceito do negócio, com base nas informações coletadas na primeira, identificar experiências similares e avaliar os riscos, quantificar o potencial de lucro e crescimento e definir a estratégia competitiva.*
- c) Detalhar o empreendimento, definir as necessidades de recursos, calcular a viabilidade econômica, completar o plano. (MARTINS, 2005, p. 83)*

Segundo Martins (2005) as informações de um Plano de Negócios devem ser precisas, mas transmitindo uma sensação de otimismo e entusiasmo. Ao preencher o Plano, tenha sempre em mente o objetivo para o qual ele está sendo escrito. O Plano de Negócio é composto de oito seções. Elas são:

Sumário Executivo

É a primeira parte que será lida por um eventual investidor. Deve conter os pontos principais e mais interessantes do Plano. Não costuma ter mais de uma página.

Descrição da Empresa

Contêm um sumário da empresa, seu modelo de negócio, a natureza, sua história, estrutura legal, localização, objetivos, estratégias e missão. De uma a duas páginas.

Produtos e Serviços

Descrição dos produtos e serviços da empresa, suas características, forma de uso, especificações, estágio de evolução. Máximo de duas páginas.

Estrutura Organizacional

Como a empresa está organizada internamente, número de funcionários, principais posições, perfil do profissional. Máximo de duas páginas.

Plano de Marketing

Aqui será descrito o setor, o mercado, as tendências, a forma de comercialização, distribuição e divulgação dos produtos, preços, concorrentes e vantagens competitivas. De cinco a seis páginas.

Plano Operacional

Descrição do fluxo operacional, cadeia de suprimentos, controle de qualidade, serviços associados, capacidade produtiva, logística e sistemas de gestão. De três a quatro páginas.

Estrutura de Capitalização

Como a empresa está capitalizada. Quem faz parte da sociedade, necessidades de capital de terceiro, forma de remuneração e estratégias de saída. De duas a três páginas.

Plano Financeiro

Como a empresa se comportará ao longo do tempo do ponto de vista financeiro, descrições e cenários, pressupostos críticos, situação histórica, fluxo de caixa, análise do investimento, demonstrativo de resultados, projeções de balanços e outros indicadores. De cinco a seis páginas.

2.8. Empreendedorismo no Turismo

Atualmente, percebe-se que o turismo é um setor que está em evidência. Este setor em alguns países do mundo proporcionou grande desenvolvimento econômico e social, tornando-os ricos e grandes potências. No Brasil, o turismo se encontra em estágio de crescimento e desenvolvimento. Trata-se de um setor recentemente descoberto.

O turismo é grande gerador de negócios. O empreendedorismo acontece naturalmente, segundo dados o IBGE e SEBRAE o Brasil é considerado um dos países mais empreendedores do mundo, mas infelizmente ele é mal preparado para enfrentar as dinâmicas de mercado. De acordo com o SEBRAE (2003) ser um empreendedor é:

Muito mais que ter a vontade de chegar ao topo de uma montanha, é conhecer a montanha e o tamanho do desafio, planejar cada detalhe da subida, saber o que você precisa levar e que ferramentas utilizar encontrar a melhor trilha, estar comprometido com o resultado, ser persistente, calcular os riscos, preparar-se fisicamente, acreditar na sua própria capacidade e começar a escalada.

Um bom empreendedor de turismo deve buscar conhecimento do negócio, montar e desenvolver o empreendimento, ter meta e independência. E estar sempre atento às mudanças de mercado.

De acordo com Carvalho, Cavaco e Ramos (2004) o empreendedorismo “não se relaciona somente com as escolhas e ações das pessoas quando visam começar um novo projeto ou desenvolver um já existe, mas também se encontra implícito na maioria das estratégias e decisões das empresas”.

A utilização do turismo como produto comercial, segundo Castelli (1990), tem o início no século XIX, com o advento da Revolução Industrial, de onde surgiram inovações tecnológicas como a máquina a vapor e conseqüentemente o trem e o navio a vapor que permitiram as pessoas terem acesso à viagens, proporcionadas principalmente pela distribuição da renda e conhecimento dos trabalhadores da época.

A relevância na formação de empreendedores no ramo turístico confirma-se através do grande potencial desenvolvimentista explorável, mas, ainda pouco utilizado. O desenvolvimento do perfil empreendedor, com base no aprender a aprender, advém, em grande parte, do abrir espaço para a criatividade. No entanto, buscar referenciais para apreender as competências, detectar os melhores conteúdos programáticos, captar a dinâmica educacional mais adequada e explorar mecanismos de ação que coloquem em ação a atividade pedagógica desejada, representam hoje o grande desafio para a formação do empreendedor nos cursos de graduação em turismo.

É possível tornar-se um empreendedor por acaso, tendo em vista que o processo decisório pode ser influenciado por diversos fatores, como: fatores ambientais, sociais, aptidões pessoais, etc. Para que isso aconteça, basta que as pessoas em geral, prestem atenção no que as cerca, pois, certos fatores relacionados ao ambiente, podem muitas vezes se tornar oportunidades, desde que percebidas em tempo suficiente.

É preciso apostar, cada vez mais, nos empreendedores. Indivíduos com visão, dispostos a arriscar recursos físicos e humanos, em novos mercados, que estimulam a criação de um cenário de progresso e desenvolvimento econômico. Pois, além de ter coragem para se arriscar, muitas vezes, em um setor produtivo ainda pouco explorado, como o turismo no Brasil, o empreendedor, leva muito a sério a gestão de seu negócio, e deseja ser recompensado pelo mercado por meio de lucros.

Uma forma de identificar maneiras de desempenhar o empreendedorismo no turismo é a identificação de oportunidades, de acordo com estudo realizado pelo Sebrae em

Goiás por meio do projeto Cara Brasileira: Goiás é bom de Mais! (2004) encontramos grandes oportunidades de negócio no setor de turismo no Estado de Goiás. Dentre as principais oportunidades podemos citar: turismo ecológico (ecoturismo), o turismo rural, feiras de produtos típicos, desde artesanato a comida típica, festividades folclóricas locais, negócios ligados aos parques naturais, núcleo de eventos de ar, música e artesanato ligados a infraestrutura de restaurantes, hotéis e serviços em geral, turismo histórico e arqueológico, feira de agropecuária para incentivar o turismo de negócio, hotelaria e outros.

De acordo com a revista do Sebrae (2006) no município de Porto Seguro na Bahia encontram-se novos roteiros turísticos, alternativos, prontos para serem explorados por turistas e principalmente por empreendedores. Isto mostra o turismo como negócio, que é uma excelente opção para empreendedores investir, gerando desenvolvimento na região.

Outra forma do empreendedorismo turístico, esta concentrado nos meios de hospedagem. De acordo com pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria Hoteleira e Sebrae (Revista Sebrae, 2006) existem aproximadamente no país 18 mil empreendimentos hoteleiros no Brasil, dentro desta dimensão a pesquisa trabalhou com amostragem de 7.003 hotéis e pousadas, onde regionalmente o sudeste vem em primeiro com 47%, o nordeste com 24%, o sul com 19%, o centro-oeste com 7% e por fim o norte com 3%. Já o setor gastronômico, os bares e restaurantes, representam 40% do Pib do turismo e geram 53% dos empregos.

A inexistência de pessoas capazes de criar e de aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios, de pouco adiantaria estar inserido num contexto de grande liberdade econômica. Sendo assim, a responsabilidade na formação do turismólogo empreendedor vem sendo cada vez mais exigida pela sociedade na criação de novas perspectivas. As instituições de ensino não podem abster-se de seu compromisso em formar lideranças capazes de promover o desenvolvimento do turismo no país, e, integrar as diversas culturas existentes, contribuindo para o melhoramento do bem estar social e econômico.

É preciso agilizar o desenvolvimento estrutural do turismo brasileiro e ampliar o quadro funcional dos órgãos competentes de turismo no Brasil com profissionais qualificados na área, de forma que os mesmo sejam aptos à elaboração de um planejamento de turismo adequando à realidade brasileira. Para viabilizar melhorias no mercado turístico brasileiro é necessária em primeira instância a qualificação de mão-de-obra em todos os setores do turismo e da hotelaria, haja vista que hoje as maiores reclamações tanto dos empreendedores turístico quanto do turista é a falta de qualificação profissional na área do turismo.

É necessário que pequenos e médios empresários do setor viabilizem novas formas de gestão e empreendedorismo para permanecerem no setor turístico e agregar valor ao seu produto.

Os empreendedores são os principais agentes da mudança econômica, pois são eles que geram, disseminam e aplicam as inovações. Ao identificarem os potenciais oportunidades de negócios e assumirem os riscos de suas apostas, eles expandem as fronteiras da atividade econômica. Mesmo que muitos não tenham sucesso, é sua existência que faz com que uma sociedade tenha constante geração de novos produtos e serviços. Com esse pensamento que a ABBTUR (Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo) desenvolve o **Empreendetur**. O programa de empreendedorismo no turismo que foi concebido do princípio de que o “espírito empreendedor” precisa ser despertado, incentivado, orientado e financiado, para provocar um efeito multiplicador benéfico para o turismo e para o país como um todo. Contemplará também os demais profissionais que, embora não tenham perfil empreendedor, queiram ampliar sua empregabilidade para preencher parcialmente, mas com eficácia, esta lacuna do mercado, aproximando e viabilizando o encontro bem-sucedido da oferta e da demanda profissional no setor do turismo.

Seu objetivo é aumentar a inserção dos jovens estudantes, empreendedores e bacharéis de turismo no processo de transformação das vocações turísticas do Brasil, para torná-las fonte permanente de riqueza, desenvolvimento sustentável e qualidade de vida para os brasileiros, atingindo toda a cadeia produtiva de viagens e turismo.

O empreendedorismo no turismo aparece, atualmente, de um lado como um caminho contra o desemprego no setor e, por outro lado, o mercado tem se tornado competitivo e o consumidor, cada vez mais exigente, vem obrigando a uma profissionalização que antes não existia. O profissional de turismo, mais que qualquer outro, pelos setores em que trabalha, precisa ser ético, responsável, engajado e buscar a sustentabilidade nas suas ações, sempre com visões empreendedoras.

De acordo com os números apresentados do Salão Brasileiro de Turismo (REVISTA SEBRAE, 2006), realizado pelo Ministério do Turismo coloca que os empreendedores de turismo podem fechar excelentes contatos e negócios durante segunda edição do salão. No evento serão realizados aproximadamente 800 reuniões na rodada de negócios os comercializarão novos produtos, comercialização de destinos integrados, e divulgação de 87 projetos de roteiros integrados. Com todas estas ações espera-se que até o ano de 2007 sejam gerados 1,2 milhões de empregos, movimentando-se R\$ 8 bilhões, e aumente para 9 milhões de turistas estrangeiros no país.

2.9. Análise de Dados

Sebrae Nacional (2006) apresenta pesquisa do empreendedorismo no Brasil por meio do Global Entrepreneurship Monitor - GEM, anualmente consolidado como iniciativa de maior escopo no estudo do empreendedorismo global, o GEM reforça sua capacidade de influenciar e orientar os formuladores de políticas voltadas para o desenvolvimento econômico e social dos países. Esta conquista só é possível mediante o poder de articulação e formação de rede que o projeto atesta. Ele investiga o empreendedorismo em 34 países em 2004, cuja Taxa de Atividade Empreendedora - TEA variou de 1,5% até mais de 40%, com média de 9,3%, implicando que cerca de 73 milhões de pessoas adultas, com idade entre 18 e 64 anos, estavam envolvidas em atividades de negócios no mundo.

A TEA é definida como a percentagem da força de trabalho que está iniciando novos empreendimentos ou já é proprietária ou gerente de negócios iniciados a menos de 42 meses. Em todos os anos em que a pesquisa foi realizada, o Brasil se posicionou pelo menos entre os 7 países com TEA mais altas. Em 2004 o Brasil se posicionou em 7º lugar, com TEA de 13,5%. No ano de 2003, a TEA no Brasil foi de 12,9%. A divisão da TEA em relação à motivação para empreender no Brasil mostra que em 2004 a motivação “por necessidade” representou 46% da taxa geral de 13,5% (ou seja, 6,2%), mostrando pequeno aumento em relação a 2003 (5,5%). Por outro lado, a motivação “empreendedorismo por oportunidade” alcançou 7% em 2004, pouco acima do percentual de 2003 (6,9%). Por faixa etária, o comportamento no Brasil segue o mesmo padrão observado no conjunto dos países pesquisados: as pessoas na faixa de 25 a 34 anos apresentam a maior taxa de empreendedorismo, alcançando 17,1%, representando 42% dos empreendedores; a faixa seguinte é a de 35 a 44 anos, com TEA de 14,6%, representando 23% do total. De acordo com a pesquisa do GEM consegue-se verificar que o empreendedorismo é fator de desenvolvimento para uma região ou país.

Uma forma prática de poder provar estes resultados gerados pelo relatório de 2004 da GEM é o de mostrar dados apresentado pelos casos de sucesso (VEIT, 2003) onde mostra o poder de mudança na região da biosfera, sendo que no ano de 1999 nesta região encontrava-se nos municípios de Formosa o quantitativo de 06 hotéis e pousadas, em Alto Paraíso o número de 19, e em São Domingos 3 hotéis e pousadas, já nos municípios de Planaltina de Goiás, São João da Aliança, Teresina de Goiás, Cavalcante, Colinas do sul, e Nova Roma não possuem nenhum hotel e pousada. Na região diagnosticou-se grande potencial turístico, mais especificamente o ecoturismo, e com este diagnóstico verificou-se oportunidades de negócios

os quais por intermédio do governo federais e dos governos estaduais e municipais, Sebrae em Goiás, ONGs, e associações passaram a implantar programas e projetos com foco empreendedor na busca de desenvolvimento. Assim, passado alguns anos, em virtude dos programas e projetos desenvolvidos para a comunidade na região, verificou-se uma nova realidade nos municípios. Em 2001 nos municípios que não dispunham de hotéis e pousadas houve investimento e crescimento significativo de empreendimentos hoteleiros, sendo em Planaltina de Goiás 05 , São João da Aliança 03, Teresina de Goiás 03, Cavalcante 07 Colinas do sul 12, e Nova Roma 2. Sendo nos municípios de Formosa passou de 6 para 18, alto Paraíso subiu de 19 para 39 e em São Domingo manteve-se os 03.

Em virtude desta comparação podemos dizer que o turismo e empreendedorismo formam um círculo virtuoso, capaz de gerar o desenvolvimento. A seguir apresenta-se duas entrevistas: na cidade Setúbal em Portugal apresentam problemas como alta taxa de desemprego. A região aplicada possui potencial turístico, conseqüentemente apresenta boas oportunidades de negócios e os entrevistados apresentaram propostas de soluções para os problemas da região. Estas entrevistas foram apresentadas por Carvalho, Cavaco e Ramos (2004 p. 23-29):

Entrevista com a Dr.^a Clara Rebola _ COSTA Azul

“Quando falamos na região de Setúbal há que ter em atenção, que Setúbal enquanto cidade difere de Costa Azul”.

A Costa Azul está representada por 13 conselhos que vão de Almada a Sines. Encontra-se dividida em duas regiões que são a Península de Setúbal (Lisboa e Vale do Tejo) e o Alentejo – desde 1983 (em termos de turismo, muito pouco está organizado).

Quando se fala em divulgar a região, fala-se em divulgar aquilo que temos de mais bonito, tendo a nossa região uma diversidade de recursos naturais e produtos turísticos já identificados, ou seja, produtos de grande qualidade e específicos aqui da nossa região.

Temos uma grande área litoral de praias, lindas com areia branca, ainda não poluída como muitas do nosso país. Mas temos um problema que se trata da sazonalidade, pois as pessoas só procuram as praias de Julho a Setembro. Esse é um problema ao nível do turismo que sempre existiu. Contudo, verdade seja dita o turismo também começou por aí – pela procura do sol, da praia, daquele lazer que se encontra junto destas componentes.

1. “Falou-se das condições geográficas, contudo estarão as pessoas preparadas para receber os turistas?”

Temos feito muita divulgação da região, através de vários órgãos de comunicação, participação em feiras tanto a nível nacional como internacional, onde levamos a nossa imagem, o nosso guia, os nossos mapas, pelos workshops, promovendo um conjunto de ações que se desenvolvem cá e no estrangeiro que permitem exercer essa divulgação.

Chegamos a levar inclusive restaurantes, que vão cozinhar; vão fazer uma amostra da nossa gastronomia, das nossas iguarias, dos nossos vinhos, dos

nossos doces, fazendo contactos “porta a porta” que realmente trata da divulgação junto dos agentes mostrando as nossas características, os nossos produtos, a nossa hotelaria, o artesanato típico, portanto Nós mostramos aquilo que temos (...) todas as pessoas (Setubalenses) são receptivas. O nosso país, a nossa região, regra geral é receptivo. Não é necessário ser-se subserviente, mas convém ser educado; precisamos ter um sorriso, tem de existir simpatia em qualquer lugar, em especial quando se trata de contactar diretamente com as pessoas.

(...) Nós tentamos a todo o custo reafirmar tudo de bom que se pode oferecer, contudo tentamos incutir em quem procura enveredar por esse caminho, que é essencial proceder a um conjunto de cuidados nomeadamente, a escolha adequada de recursos humanos assim como procedendo a um desenvolvimento que não ponha em causa o meio ambiente, os recursos naturais. Neste campo têm-se formado parcerias com outras entidades (que podem facilitar auxiliar) (...)

Setúbal, por aquilo que conheço, tem sofrido muito. A cidade é bastante afetada com a situação econômica nacional e se nós conseguíssemos estudar a nossa história local, veríamos que Setúbal tem sofrido grande instabilidade. Vejamos o caso da indústria conserveira no início do século; tínhamos cerca de 150 fábricas aqui instaladas que acabaram por fechar. Tínhamos milhares de pessoas cujo rendimento provinha daí, que tiveram de se reconverter (...) a economia na zona de Setúbal cresceu e caiu novamente. Há bem pouco tempo o turismo no nosso país era Lisboa e Algarve. Setúbal não era mais do que um ponto de passagem. Há turistas que chegam a Lisboa e partem para o Algarve.

Temos que criar coisas para que as pessoas que passam aqui pela auto – estradas parem; que venham cá comer um doce, provar um moscatel, comprar uma peça de artesanato (...)

Se não apostarmos no turismo então não sei onde isto vai parar!”

2. Então, assim sendo, talvez o turismo seja a luz ao fundo do túnel, isto no que diz respeito à resolução de problemas como o desemprego?

Pessoalmente, acredito que a aposta neste sector possa ser a esperança para manter o nosso país no ranking, porque eu não estou a ver outra solução.

Apenas sei que o turismo é muito mal tratado!; é visto como um ‘bem pobre’, ainda há uma mentalidade que se prende com o estereotipo:

«Turismo???...«Ah! Comes e bebes...».

O turismo não é visto ainda como uma atividade profissional importante. O turismo é, e deve ser uma atividade importante, só que a mentalidade tem que mudar; há que formar as pessoas para as atividades turísticas, uma vez que a formação é extremamente importante. “Penso que os estabelecimentos de ensino estão preocupados com esta questão.”

3. Acha que têm sido feitos esforços nesse âmbito?

“Eu penso que sim. Penso que os estabelecimentos de ensino estão realmente preocupados. Em 20 anos, vejo que na altura em que me iniciei no mundo do trabalho, ninguém formava profissionais nesta área. Não vou dizer que não havia cursos; havia, mas só o suficiente para algum turista que cá viesse ou algum investigador e que precisasse de um tradutor.”

4. Que condições existem para que o turismo possa ser uma realidade?

“Temos a serra, os castelos, que já estão cá há muitos anos... há condições e boas! Condições marítimas – se um cliente chega com uma embarcação e precisa atracar, necessita de ter condições para fazê-lo no porto, condições para se abastecer... Se não criarmos condições, não podemos ter aqui 300 ou 400 embarcações! Temos Km’s de Litoral mas faltam-nos infra-estruturas.”

5. Em sua opinião, não acha que poderia ser uma mais – valia apostar em parcerias com as escolas?

Eu defendo a existência de estágios: jovens que vêm aqui ver como é que as coisas se processam, porque o turismo nesta instituição é traçado de uma forma e se formos para a Câmara, já é de outra forma e numa agência de viagens já tem outra forma de desenvolvê-lo.

Temos que alinhar o ensino (teoria) com a prática, com o terreno, ver como é que é, ver o que o estrangeiro quer! “Só no terreno é que é possível ver isso.”

6. Mas não se está a fazer nada nesse campo?

“A fazer está, mas as coisas estão muito lentas também ao nível de organização, de governos. As coisas não têm sido benéficas. Quando não se consegue definir «lá em cima» é difícil definir-se «cá em baixo». Por exemplo, aqui era ótimo termos estagiários, mas não temos condições, é um fato!”

7. Se tivesse uma varinha de condão e pudesse realizar 3 desejos nesta área, o que pediria?

Essa questão da formação (...) acho que desenvolvia o máximo de contactos com os estabelecimentos de ensino. Anualmente daria acompanhamento em termos de estágios para que conhecessem como tudo, ou uma parte, se processa nesta área, para terem uma visão mais alargada.

Depois, ainda na questão da formação, penso que ainda há tudo a fazer, não só formarem os jovens, que estão a tirar os cursos, como também formar as pessoas que abrem estabelecimentos, que deveriam ter formação turística.

Mas as maiores partes das pessoas abrem um restaurante, por exemplo, sem a mínima noção nesta área e um cliente que é mal atendido a partir daí não volta.

Gostaria de um turismo mais célebre na atividade econômica porque nós temos muitos recursos naturais (o mais importante) e acho que temos todas as condições para nos colocarmos na atividade a nível profissional.

Contudo é preciso que haja uma estratégia, uma planificação, as coisas têm que ser realmente pensadas com tempo.

Gostaria de ter mais infra-estruturas na área do turismo, podendo assim receber todos os jovens que se formam e criar-lhes condições para trabalharem, pois têm todos muitos desejo e motivação para o fazerem e a vida é curta.

Gostava de ver este país muito mais evoluído e com muito mais ânimos (...) estão também condicionados com questões monetárias, mas voltamos a entrar num ciclo vicioso – não há dinheiro, não se aposta; não se aposta não entra dinheiro.

Gostava que o turismo fosse mais bem tratado como tem sido nos outros lugares, uma vez que se o nosso país tinha uma boa imagem, hoje tal não sucede.

ENTREVISTA com Dr. Carlos Sousa _ Presidente da Câmara de Setúbal (referente ao ano de 2000)

Se existe sector da atividade econômica na nossa região relativamente ao qual se constata unanimidade absoluta sobre o seu contributo para o desenvolvimento local, na atualidade e nas próximas décadas, ele é sem dúvida o TURISMO. A comprová-lo (...) dados estatísticos (...). No entanto se podemos estar moderadamente satisfeitos com estes números (ver entrevista completa) eles não esgotam de maneira nenhuma as possibilidades de crescimento sustentado do sector e muito menos as suas potencialidades.

Aliás, não é certamente por acaso que em toda a discussão realizada até ao momento no âmbito da elaboração do PEDEPES (Plano Estratégico para o Desenvolvimento da Península de Setúbal), o turismo tem sempre surgido como uma das mais firmes apostas no desenvolvimento da região.

Naturalmente que não podemos pensar no turismo apenas como um produto de sol e praia, quer pelas limitações decorrentes da sazonalidade deste tipo de produto no nosso país, quer porque seria quase atentatório da grande potencialidade da nossa região em comparação com outras, ou seja, da sua diversidade. De fato, já temos afirmado muitas vezes, mas não é demais repetir, que provavelmente não haverá no espaço europeu uma região inserida na área metropolitana da sua cidade que disponha das potencialidades turísticas do Distrito de Setúbal. Em que outra área metropolitana se pode em poucos minutos sair duma reunião ou de um congresso para uma praia, para o campo de golfe ou para a calma e retempero duma das nossas inúmeras áreas de paisagem protegida? Em que região europeia é possível ao mesmo tempo conciliar o sol e a praia com o património e a modernidade, ou com espetáculos culturais de grande qualidade? Em que outra região europeia o cosmopolitismo convive de forma tão próxima com as tradições populares e boa gastronomia?

A diversidade é assim, indiscutivelmente, a grande mais-valia do distrito de Setúbal e é da potenciação dessa diversidade que dependerá, num futuro próximo, um mais rápido desenvolvimento do Turismo.

Temos de aproveitar o atual quadro comunitário de apoio para darmos um novo impulso à melhoria do espaço público, às praças e às ruas das nossas cidades. Para tanto, é necessária uma gestão completamente diferente (...), em que os municípios sejam mais intervenientes e tratados de igual para igual, da mesma forma que o POLIS não pode servir para calar a boca a uns tantos e deixar o resto da região a contar os trocos (...)

Para além dos investimentos acima referidos, que são fundamentais ao reforço da atração turística da região e à melhoria da qualidade de vida das suas populações, não podemos perder de vista alguns investimentos estratégicos que poderiam dar um impulso definitivo à afirmação turística da região, como por exemplo:

- A localização dum grande parque temático,
- A localização dum hipódromo ligado às apostas e corridas de cavalos,
- O sucesso do projeto de Tróia,
- A localização duma Escola de Hotelaria.

Um primeiro grande teste à capacidade da nossa região ocorrerá (...) quando da realização do EURO 2004, mesmo tendo em conta que nenhum estádio do Distrito de Setúbal será palco de jogos do Europeu. (...)

Definir uma estratégia duradoura para o desenvolvimento local assente na diversidade e qualidade da nossa região é aquilo que nos propomos com o PEDEPES.

Para isso contamos com o contributo de todos vós!

As duas entrevistas apresentam o turismo como soluções para o desenvolvimento de Setúbal, de forma a proporcionar a minimização de problemas como o desemprego e pobreza. Os dois entrevistados dentro de suas colocações apresentam as necessidades de promoverem o empreendedorismo para gerar desenvolvimento e crescimento económicos na região, por intermédio do turismo. Esta situação prova mais uma vez que com a pareceria da gestão empreendedora do turismo se consegue alcançar o desenvolvimento desejado.

Os dois casos citados demonstram que o empreendedorismo é capaz de apoiar, impulsionar e conduzir para uma nova realidade de desenvolvimento, principalmente se estiver atrelada a atividade do turismo o qual gera resultados mais dinâmicos. A gestão empreendedora do turismo consegue proporcionar uma nova realidade econômica de uma região ou país, passando a proporcionar infraestrutura para sua comunidade e geração de qualidade de vida.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após implantação de uma política voltada para o turismo, o Brasil conseguiu atingir um crescimento e desenvolvimento entre os anos de 2004 e 2005, isto foi possível por existir uma política de incentivo ao turismo interno e externo. O fluxo de turistas vindos do exterior é originário de países Europeus como Portugal, Alemanha, França, Itália, Inglaterra, Espanha e também dos países Americanos como a Argentina, Colômbia e da Ásia como longínquo Japão. No entanto, a quantidade de turistas que visitam o país está muito aquém do que é esperado, ocupando apenas uma modesta posição intermediária entre os países que mais recebem turistas. A falta de infra-estrutura e a violência são um dos motivos que geram o fraco desempenho do turismo no país.

O aumento da concorrência e da incerteza dos mercados levou as instituições a se posicionarem mais seriamente sobre seus negócios. O trabalho apresenta o empreendedorismo no turismo como forma de potencializar e provocar o desenvolvimento de uma determinada região ou país utilizando-se de uma visão e gestão empreendedora dentro da atividade do turismo. Mostrar que o empreendedorismo é uma ferramenta importante para geração de desenvolvimento é bastante interessante, o mesmo busca sempre encontrar uma boa oportunidade de negócios, os quais gerem benefícios e lucro ao empreendedor.

Os dados apresentados verificam-se com ampliação da oferta de crédito, ou seja, de financiamentos específicos para o turismo, fará com que aumente o número de investimentos na atividade de turismo por meio dos empreendimentos a serem implantados. No Brasil existem incentivos para implantação de grandes empreendimentos turísticos e pouco para micro e pequenos negócios.

Concluí-se que o empreendedorismo é ideal para o turismo, como sendo ferramenta para a geração de desenvolvimento, seja por meio de divisas financeiras decorrentes dos tributos imputados às organizações, ou pelas frentes de trabalho abertas pelo seu funcionamento. Com a gestão empreendedora atrelado ao turismo temos pessoas acreditando em seus sonhos, busca de aprofundamento intelectual, utilizando de ferramentas técnicas como o plano de negócios, vencerem seus obstáculos, apresentação de grande determinação e força de vontade para alcançar seus objetivos, descobrindo um norte para suas atividades empresariais e pessoais e gerando o desenvolvimento.

Entendemos que o empreendedorismo contribua para o desenvolvimento de uma localidade, utilizando-se do turismo. Conforme vimos na caso de sucesso da Região da Biosfera encontra-se em estado mínimo de desenvolvimento, ou seja, sem condições da comunidade progredir. Para mudar tal realidade fazem-se necessárias a realização de ações para implantar a cultura empreendedora, fomentando a comunidade a geração de seus próprios negócios. Assim entendemos o empreendedorismo como instrumento para o desenvolvimento da localidade, compartilhando conhecimento na gestão empreendedora, para identificação de oportunidades de negócios impulsionando o desenvolvimento e gerando riquezas.

Conforme vimos nos autores a busca pela inovação faz os empreendedores, ou melhor, o empreendedorismo, fomentar para uma economia dinâmica, evitando que se acomode. Portando uma determinada região ou país conseguira utilizar sua riqueza quando empreendedores passam a criar novas oportunidades para multiplicar esta riqueza e contribuir para o desenvolvimento e crescimento econômico. Conseqüentemente estes investimentos provocados pelo empreendedor farão com que índices macroeconômicos cresçam como o PIB nacional, atingindo vários alvos da sociedade e do mercado.

Em suma, temos como resultado, a atividade empreendedora no turismo como sendo uma resposta para o desenvolvimento, contribuindo para a sociedade um ato de crescimento e desenvolvimento. Com este conhecimento aplicado na sociedade, a mesma passa a ter perspectivas de mudança para geração de um novo futuro, estando preparada para enfrentar os obstáculos com liderança, estratégia e inovação.

Assim entendemos que o conhecimento adquirido, multiplicado entre outras pessoas gerará crescimento pessoal e profissional. Entendemos que o empreendedorismo é capaz de conduzir para um caminho longo de vitórias e sucesso. Contribuindo para o empreendedor não apenas se ajudar, mas sim ajudar os outros. O turismo empreendedor é capaz de turbinar tudo aquilo que a própria atividade econômica oferece. Assim na busca de talentos empreendedores e pelo despertar do empreendedorismo nas pessoas por meio das capacitações iremos diminuir consideravelmente os problemas sociais e econômicos do país, onde todos terão uma chance de ter seu trabalho e renda.

4. REFERÊNCIAS

1. **AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO.** *OMT: turismo mundial cresce 5,5% apesar de desastres naturais*, obtida via internet, http://www.unb.br/cet/noticias/not_turismomundialcresce.htm, 25/01/20026.
2. **AGOSTINI, J. C.** et al. *Empreendedorismo – conceitos e pressupostos*, Brasília: Edição Sebrae, 2001.
3. **ANDRADE, José Vicente de.** *Turismo: fundamentos e dimensões*. 6ª ed. São Paulo: Ática, 1999.
4. **BENI, Mario Carlos.** *Análise Estrutural do Turismo*. 3ª ed. São Paulo: Senac, 2000.
5. **BIRLEY Sue. MUZIKA, Daniel F.** Tradução. Claudio Ribeiro de Lucinda. *Dominado so Desafios do Empreendedor*. São Paulo: Madron Books, 2001, 334 p.
6. **BRASILNETWORK, Ministério do turismo.** *Dados do Banco Central apontam 2005 como o melhor ano do Turismo Internacional No Brasil*, obtida via internet, <http://www.braziltour.com/brasilnetwork/>, 30/01/2006.
7. **CARVALHO, Ana. CAVACO, Filipa. RAMOS, João.** *O impacto do Empreendedorismo no Crescimento Econômico*, obtida via internet, http://www.esce.ips.pt/ambienteeconomico/pagina%20de%20ae/docs/Empreendedorismo_MK_2004pdf.pdf
8. **CASTELLI, Geraldo.** *Turismo e marketing: uma abordagem hoteleira*. Porto Alegre: Sulina, 1990.
9. **DRUCKER, P. F.** *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1987.
10. **GOELDNER, Charles R. RITCHIE, J. R. Brent. MCINTOSH, Robert W.** *Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias*. 8ª ed. Porto Alegre: Bookmam, 2002
11. **IGNARRA, Luiz Renato.** *Fundamentos do Turismo*. São Paulo, Pioneira, 1999.
12. **LAGE, Beatriz Helena Gelas. MILONE, Paulo César.** *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
13. **LEITE, Emanuel.** *O fenômeno do Empreendedorismo: Criando Riquezas*, Recife: Bargaço, 2002, 3ª ed.
14. **LICKORISH, Leonard J. JENKINS, Carson L.** *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
15. **MARTINS, Edgar Cândido.** *Praticando o Empreendedorismo*. Goiânia: Futura Consultoria, 2005, 1ª Ed., 134 p.

16. **MINISTÉRIO DO TURISMO.** *Plano Nacional do Turismo*, obtida via internet, <http://institucional.turismo.gov.br/Mintur/UserFiles/File/planoNacionalPortugues.pdf>, 20/04/2003.
17. **RELATÓRIO FINAL.** *Resultados da pesquisa delphi: cara brasileira, Goiás é bom demais!* Goiânia: Sebrae em Goiás, 2004, 78 p.
18. **SANCHO**, Amparo (organizador). **CONER**, Dolores Martin Rodriguez (tradução). *Introdução ao turismo: OMT – Organização Mundial do Turismo*. São Paulo: Roca, 2001.
19. **SCHUMPETER**, J. *A Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
20. **SEBRAE EM GOIÁS.** *Programa Brasil Empreendedor: Orientação para o crédito*. Goiânia: 2003, Edição Reformulada, 116 p.
21. **SEBRAE.** Empreendedorismo no Brasil 2004, obtida via internet, http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp, 2006.
22. **SOARES**, Alessandro. Costa do Descobrimento oferece roteiros poucos convencionais. *Revista Sebrae*, Brasília, 17/02/2006, 32-37p.
23. **VEIT**, Maria Regina. *Histórias de Sucesso Experiências Empreendedoras: Caminho da Biosfera*. Belo Horizonte: SEBRAE, 2003, 11p.
24. **VITORELLI**, Adriane. *Goiás estimula inscrições para Prêmio Prefeito Empreendedor*, obtida via internet, <http://asn.interjornal.com.br/site/noticia.kmf?noticia=4219944&canal=209>, 17/01/2006.

5. BIBLIOGRAFIA

1. **ABIH/SEBRAE**. *Aprender a empreender para pequenos meios de hospedagem*. 1ª ed. Brasília: Sebrae, 2004.
2. **ANSARAH**, Marília Gomes dos Reis (org.). *Turismo, Como aprender, como ensinar*. Vol. 2. São Paulo: Senac, 2001.
3. **BARRETO**, Ronaldo Lopes Pontes. **SENRA**, Asdrúbal Vieira. *Turismo, Como aprender, como ensinar*. Volume 2. São Paulo: Senac, 2001.
4. **CASTELLI**, Geraldo. *Administração Hoteleira*. Coleção Hoteleira. 8ª ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.
5. **COOPER**, Chris, **FLETCHER**, John, **WANHILL**, Stephen, **GILBERT**, David, **SHEPHERD**, Rebecca. *Turismo princípios, prática e filosofia*. 2ª ed.. Porto Alegre: Bookman, 2001.
6. **DIBELLA**, Antony J. *Como as Organizações Aprendem: Uma Estratégia Integrada Voltada para a Construção da Capacidade de Aprendizagem*. São Paulo : Educator, 1999.
7. **FARIA**, Maria de Fátima B.F.; **ALENCAR**, Eunice M. L. S. Estímulos e Barreiras à Criatividade no Ambiente de Trabalho. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 31, n.2, p. 50-61, abr./jun., 1996.
8. **FLEURY**, Afonso; **FLEURY**, Maria Teresa Leme. *Aprendizagem e Inovação Organizacional: as experiências de Japão, Coréia e Brasil*. São Paulo : Atlas, 1995.
9. **GARVIN**, David A. Building a Learning Organization. **Harvard Business Review**, p. 78-91, Jul./Aug. 1993.
10. **GARVIN**, David et al. *Aprender e Aprender*. **HSM Management**, 9, jul./ago. 1998.
11. **INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO**. *Guia para Oficinas de Treinamento dos Agentes Multiplicadores do Programa Nacional de Municipalização do Turismo*. Elaborado pela Gerência de Programas Nacionais; Supervisão de Projetos de Descentralização. Brasília – DF, 2001.
12. **LAKATOS**, Eva Maria. **MARCONI**, Maria de Andrade. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
13. **LEITE**, Emanuel. *O fenômeno do Empreendedorismo: Criando Riquezas*, Recife: Bargaço, 2002, 3ª ed.

14. **LICKORISH**, Leonard J. **JENKINS**, Carson L. *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
15. **MARQUES**, Maria Ângela. **BISSOLI**, Ambrizi. *Planejamento Turístico Municipal com suporte em sistema de informação*. 2ª ed. São Paulo: Futura, 2001.
16. **OLIVEIRA**, Antônio Pereira. *Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
17. **ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO**. *Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais*. Brasília – DF, 2001.
18. **RUSCHMANN**, Doris. *Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente*. 3ª ed. São Paulo: Papirus, 1999.
19. **SEBRAE**. *Apreender a empreender*. 3ª ed. Brasília: Sebrae, 2004.
20. **TRIGO**, Luis Gonzaga Godoi (org.). Metodologia científica. In: **DENCKER**, Ada Maneti de Freitas; Estatística e pesquisa em turismo. In: **COSTA**, Sérgio Francisco. *Turismo, Como aprender, como ensinar*. Vol. 1. São Paulo: Senac, 2001.
21. **WOOD**, T., **CALDAS**,. *Importação de tecnologia gerencial no Brasil: o divórcio entre substância e imagem*. Artigo apresentado no **XXI ENANPAD**, área de Organizações (1). Angra dos Reis, RJ, 1997.

6. ANEXOS

6.1 Pesquisa de Turismo em Pirenópolis

6.2 Boletim de Desenvolvimento Econômico do Turismo

6.3 Boletim de Desenvolvimento Econômico do Turismo - Hotelaria