

Panorama das investigações sobre micro e pequenas empresas no turismo no período de 1990 a 2012

Kleber de Oliveira da Silva¹
Sara Joana Gadotti dos Anjos²

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo principal analisar as principais contribuições sobre micro e pequenas empresas no turismo no contexto brasileiro e internacional entre 1990 a 2012. Para a identificação dos artigos internacionais, foram consultadas as bases de dados que indexam os principais periódicos de turismo na língua inglesa (ScienceDirect, Sage, Emerald, EBSCO). Também foram levantados os artigos nos principais periódicos científicos de turismo em atividades no Brasil. Os resultados apontam que a produção científica internacional possui uma evolução irregular desde 1992, enquanto as pesquisas brasileiras iniciaram-se em 2004. As maiorias dos trabalhos são de origem europeia. Os temas mais pesquisados são marketing a nível internacional e redes e cooperação no Brasil.

Palavras-chave: Turismo. Micro e pequenas empresas. Produção científica brasileira. Produção científica internacional.

Introdução

O desenvolvimento de um destino turístico está intimamente ligado ao desempenho das empresas que compõe este setor. Os dados mais recentes revelam que as micro e pequenas empresas (MPE) representam aproximadamente 97,2% do total de empresas do setor de turismo no Brasil (IBGE, 2007). Essas empresas compreendem uma diversidade de segmentos econômicos, tais como meios de hospedagem, transportes, restaurantes, atrativos turísticos, agências de receptivo entre outras.

A realidade no exterior não é muito diferente, evidenciando uma forte participação de negócios de pequeno porte no total de empresas no turismo. Na Austrália cerca de 95% das empresas no setor de viagens são classificadas como de pequeno ou médio porte, no Reino Unido esse valor representa 99% do total de empresas naquele país (Thomas, 2000).

¹ Mestrando no programa de mestrado em turismo e hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Email: Kleber.silva1@hotmail.com

² Professora doutora e pesquisadora do programa de mestrado e doutorado em turismo e hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Email: sara@univali.br

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

A importância das MPE está na sua ramificação em diferentes localidades, principalmente destinos mais afastados de grandes centros urbanos. Isso contribui na geração de empregos, especialmente em tempos de recessão, além de incentivar na inovação e no empreendedorismo, fomentando assim, o desenvolvimento econômico local e a competição de mercado (Smith, 2006; Tinsley & Lynch, 2001).

A pesquisa científica sobre micro e pequenas empresas no turismo não desenvolveu aos passos de sua importância para o setor. Ainda persiste um engajamento limitado por parte da comunidade científica em empreender estudos sobre este tema (Morrison, Carlsen, & Weber, 2010; Page, Forer, & Lawton, 1999; Thomas, Shaw, & Page, 2011).

Importantes revisões teóricas internacionais apontam que houve um avanço no número de publicações sobre MPE no turismo nas últimas duas décadas, porém com desenvolvimento mais lento (Thomas *et al.*, 2011), e operando na periferia em comparação com outras temáticas no turismo e hospitalidade (Morrison & Conway, 2007).

Com base nessas afirmações, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar a produção científica sobre micro e pequenas empresas no turismo no contexto brasileiro e internacional entre 1990 e 2012. Busca-se apresentar a evolução do desenvolvimento das pesquisas no Brasil e no exterior, apontando as principais temáticas pesquisadas, definições de MPE adotadas, objetos de estudo e localidades estudadas. Também será apresentado um breve panorama das principais contribuições dos estudos sobre o MPE em turismo.

Foram utilizadas como referências quatro importantes bases de dados de periódicos científicos internacionais, além das principais revistas científicas em turismo em circulação no Brasil. Os resultados permitem conhecer o estado da arte do tema no mundo e no Brasil, servindo como referência para pesquisadores que pretendem desenvolver pesquisas sobre MPE no turismo.

O artigo está estruturado em cinco partes: uma síntese teórica sobre as principais discussões a respeito da definição de micro e pequenas empresas; detalhamento da metodologia utilizada para o levantamento dos artigos brasileiros e estrangeiros; apresentação da evolução dos estudos internacionais e brasileiros sobre MPE no turismo; considerações finais com as principais conclusões e apontamentos para futuras investigações.

Conceito de pequena empresa

Não existe uma definição internacional que seja aceita em comum acordo do que sejam micro e pequenas empresas (MPE). Verifica-se que os países adotam

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

diferentes critérios, que podem variar conforme o número de funcionários, receita anual, capital de giro entre outros. Essas especificidades alteram-se de acordo com a finalidade de sua utilização, que pode origina-se de interesses específicos como legislação, financiamentos, estudos econômicos e demográficos.

Para a Comissão Europeia microempresas são aquelas com menos de 10 funcionários e receita anual de 2 milhões de euros, enquanto as de pequeno porte devem ter menos de 50 funcionários e uma receita de 10 milhões de euros (EC, 2003). A Austrália, por outro lado define microempresas, aquelas que possuem até 4 funcionários, e as de pequeno porte as que possuem até 19 funcionários (Australia, 2011).

No Brasil, há pelo menos três definições utilizadas para delimitar o que é uma MPE. A referência mais utilizada em assuntos legais é a Lei 123/06 que trata do “Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte” (Brasil, 2006), que utiliza a receita bruta anual para o enquadramento da empresa. O Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES, 2012) utiliza-se de critério semelhante, porém com valores notavelmente superiores, cabendo à empresa enquadrar-se para que sejam concedidas linhas de financiamento específicas de acordo com seu porte.

Dentre os critérios existentes, o que mais se aproxima do usualmente utilizado no exterior e em pesquisas acadêmicas é a definição do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que enquadra as empresas conforme o número de funcionários. Esse valor altera-se conforme o segmento da empresa, a qual pode pertencer ao setor industrial e construção civil ou ao setor de serviços. A utilização deste critério é justificada pelo próprio órgão, como meio mais fácil para obtenção de dados e elaboração de estatísticas (SEBRAE, 2007).

As especificações de cada um dos critérios utilizados no Brasil estão na tabela 1, a qual evidencia a diversidade de definições existentes no país. Essas diferenças vêm reforçar a função dos objetivos e interesses específicos de cada instituição e lei, que utilizam de classificação própria, sem conexão entre elas.

Tabela 1: Definições de micro e pequenas empresas no Brasil

	Critério	Microempresa	Pequena empresa
Lei 123/06	Receita Bruta Anual	Igual ou inferior a R\$ 360 mil	R\$ 360 mil a R\$ 3,6 milhões
BNDES	Receita Bruta Anual	Até 2,4 milhões	Acima de 2,4 milhões até 16 milhões

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

	Critério	Microempresa	Pequena empresa
SEBRAE Indústria e construção	Número de funcionários	Até 19	20 a 99
SEBRAE Comércio e serviços	Número de funcionários	Até 09	10 a 49

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

A simples adoção por pesquisadores de uma categorização oficial, não oferecerá uma contribuição significativa para o conhecimento. Os autores defendem que junto a essa escolha deva ser feita uma fundamentação que justifique a utilização dessa classificação. Também devem ser apresentados os contextos socioeconômicos da realidade investigada (Morrison et al., 2010). Essa opinião entra em acordo com o importante debate da necessidade de analisar a complexidade que envolve as MPE no turismo, as quais precisam ser definidas de um modo mais analítico, que permita inferir sobre suas diferenças em relação às empresas maiores do mesmo setor ou de setores econômicos diferentes (Morrison, 1998; Thomas, 2000).

Merecem destaque, Morrison e Conway (2007) tendo em vista que é um dos poucos estudos que propõe uma lista de características quantitativas e qualitativas consideradas por elas como essenciais para definir uma pequena empresa no turismo. No entanto, essa proposta não fomentou discussões e estudos posteriores, permanecendo a necessidade de validação e maior aprofundamento teórico e empírico (Thomas et al., 2011).

A heterogeneidade das empresas e de seus proprietários, além das características regionais apresentam desafios na busca por uma definição. No entanto, a literatura mostra que apenas utilizar-se de uma categorização pré-definida como quantidade de funcionários ou receita anual, é algo limitado, e que não expressa às especificidades das realidades investigadas. Por conta disso, o debate sobre a definição de MPE no turismo ainda está aberto, necessitando de maior teorização por parte dos pesquisadores. Cabe aos estudiosos devem apresentar as das realidades estudados nas novas investigações, de modo a oferecer subsídios mais analíticos para uma ampla análise da realidade, nas quais essas empresas estão envolvidas.

Metodologia

A identificação dos artigos internacionais sobre MPE no turismo contou com o auxílio de consultas às bases de dados de periódicos científicos com acesso disponibilizado no portal de periódicos mantido pela Comissão de Aperfeiçoamento de

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Pessoal de Nível Superior (CAPES). Foram selecionadas as bases de dados que indexam os principais periódicos de turismo na língua inglesa no mundo: ScienceDirect, Sage, Emerald, EBSCO.

Para o levantamento dos artigos brasileiros, foram consultados os *websites* dos periódicos científicos em turismo em atividade até o ano de 2012, que se enquadrava com avaliação B3, B2, B1 no sistema Qualis na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo da CAPES, bem como as edições impressas das revistas, cujas edições estão disponíveis na biblioteca da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Outras fontes tais como Santos (2013), foram utilizadas buscando delimitar as contribuições dos principais periódicos correntes e fora de circulação no Brasil.

O período definido para análise do estado da arte do tema foi de janeiro de 1990 a dezembro de 2012, período amplo, que além de compreender a primeira publicação científica ininterrupta em Turismo no Brasil (Revista Turismo em Análise), também serve como parâmetro para análise dos artigos referentes ao turismo nos principais periódicos internacionais.

Durante o levantamento houve um grande número de artigos, porém que não tinham como tema central MPE em turismo. Por conta disso, foi definido como critério de seleção, os artigos que tratassem de forma mais ampla e aprofundada o tema. Foram feitas análises prévias do título, resumo e palavras-chave de cada artigo, caso houvesse alguma dúvida quanto ao conteúdo do trabalho, o mesmo era lido com maior profundidade, sendo descartados os artigos que tratassem do tema superficialmente. Também foram desconsideradas as notas de pesquisa, comentários de editores, relatos de eventos, estudos de caso e resenhas de livros.

As palavras-chave utilizadas no levantamento de publicações sobre MPE no turismo constando os seguintes termos: *small business; small firms; small enterprises; tourism; hospitality;* hotel; pequenas empresas; turismo; hotelaria.

A coleta de dados resultou em um total de 148 artigos internacionais e 18 artigos publicados em periódicos brasileiros. As seguintes informações de cada artigo foram tabuladas em uma planilha do *software* Microsoft Excel 2007: ano de publicação; tema central; definições de MPE adotadas nos trabalhos; locais investigados (países ou estados brasileiros); tipo do artigo: empírico ou teórico. Por fim, os artigos foram lidos de modo a apresentar uma breve análise do estado da arte do tema. Os resultados são apresentados em forma de quadros, gráficos, mapas e tabelas.

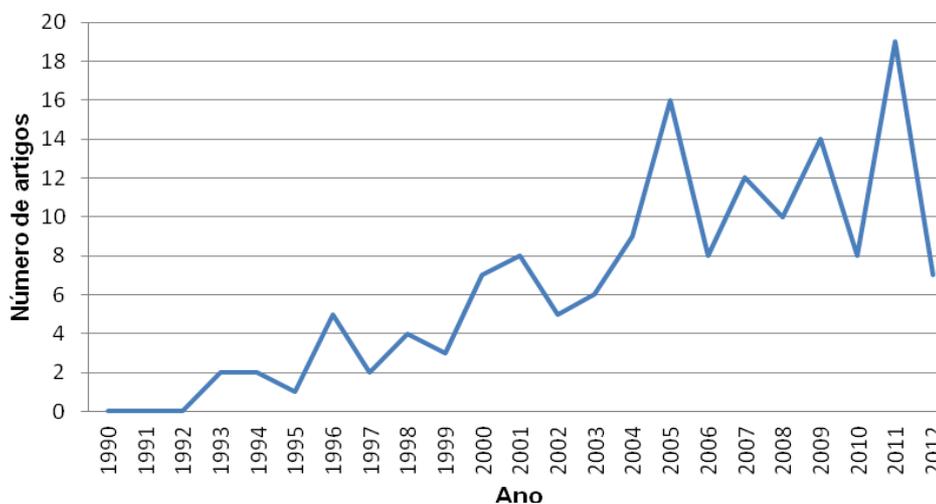
Como limitação desta pesquisa, optou-se apenas por analisar artigos publicados em periódicos científicos. Não foi alvo deste estudo a publicação de livros, anais de eventos, e nem dissertações e teses. Infelizmente, a base de dados Taylor and Francis,

que possui importantes periódicos internacionais em turismo, não possui seu acesso disponibilizado pela CAPES, não possibilitando a utilização de artigos desta base de dados.

Produção científica internacional sobre MPE no turismo

Ao todo, entre 1990 a 2012, foram identificados 148 artigos publicados em periódicos internacionais na língua inglesa que tratam de forma mais aprofundada do tema MPE no turismo. A evolução da literatura é tímida ao longo da década de 1990, porém com acentuados avanços, seguidos de decréscimos na década de 2000 (gráfico 1).

Gráfico 1: Evolução da publicação de artigos internacionais sobre MPE no Turismo (1990- 2012)



Fonte: Elaboração dos autores (2013).

Ao longo do período analisado ocorre uma evolução irregular, com um grande aumento no número de publicação em determinados anos, seguidas de diminuições acentuadas nos anos posteriores. Por exemplo, em 2011 é o ano com maior crescimento totalizando 19 artigos, porém em 2012 o número de publicações cai para 7, o que representa menos da metade.

Do total de 148 artigos, 130 são pesquisas empíricas, enquanto apenas 18 são teóricos. Na década de 1990 a publicação de artigos de caráter teórico é esporádica e

dispersa, enquanto que na década seguinte a incidência de artigos de caráter teórico é mais concentrada. Esse resultado está de acordo com as principais revisões teóricas, que apontam que o assunto sobre MPE no turismo ainda permanece subteorizado e com poucas pesquisas que propõe uma abordagem mais holística. A conclusão destes trabalhos é que a literatura é rica em fatos e dados empíricos, porém pobre em teoria (Getz & Carlsen, 2005; Morrison et al., 2010; Thomas et al., 2011).

O principal motivo da falta de um corpo teórico mais aprofundado, é a grande variedade de temas abordados, que representam iniciativas muitas vezes isoladas e com poucas pesquisas sobre o assunto (Thomas et al., 2011). Apesar de algumas áreas apresentarem maior desenvolvendo quanto às discussões, Morrison, Carlsen & Weber (2010) afirmam que ainda é necessário um quadro teórico que conecte esses trabalhos, que se apresentam em muitos casos dispersos, necessitando de uma maior consistência quanto as suas afirmações.

Os temas centrais dos artigos internacionais podem ser observados na tabela 2. Em algumas áreas ocorrem maior concentração de pesquisas, enquanto outras possuem um pequeno corpo teórico ou em determinados casos, pesquisas com temáticas em estágio inicial no turismo.

Tabela 2: Temas dos artigos publicados no exterior

Tema	Nº de Artigos	%
Competitividade	3	2,0
Desempenho da empresa	15	10,1
Desenvolvimento Econômico	6	4,1
Empreendedorismo	18	12,2
Ensaio Teórico	7	4,7
Estrutura Organizacional	2	1,4
Ética	1	0,7
Gestão Empresarial	8	5,4
Influências na Empresa	9	6,1
Inovação	2	1,4
Internacionalização	1	0,7
Marketing	36	24,3
Políticas Públicas	4	2,7
Recursos Humanos	18	12,2
Redes de Cooperação	7	4,7

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Tema	Nº de Artigos	%
Sustentabilidade Ambiental	11	7,4
TOTAL	148	100,0

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

Dentre as áreas mais estabelecidas, encontra-se o marketing com uma participação de 24,3% no total de pesquisas sobre MPE. Em seguida destacam-se pesquisas sobre empreendedorismo e recursos humanos, cada uma com 12,2%, e desempenho de pequenas empresas, com 10,1%. Esses temas podem ser classificados como áreas de estudo estabelecidas no turismo, pois mostram-se as mais produtivas, com maior envolvimento de pesquisadores, apesar de precisarem de maior incremento teórico (Thomas et al., 2011).

Por outro lado, as áreas de estudo como influencias internas e externas às MPE (6,1%), gestão empresarial (5,4%) e redes de cooperação (4,7%) representam temas emergentes. Essas são pesquisas limitadas, mas com dados empíricos que podem fomentar o desenvolvimento de novos estudos, que venham a incrementar essas análises.

Outros temas receberam um pequeno foco de atenção, entre eles destacam-se: internacionalização (0,7%), ética (0,7%), inovação (1,4%) e estrutura organizacional (1,4%). Apesar de representarem estudos isolados, eles sugerem a perspectiva do surgimento de áreas de pesquisas em estagio inicial.

À seguir são destacados brevemente os principais debates sobre micro e pequenas empresas no turismo. Apesar de a literatura ser apresentada como dispersa e com pouco diálogo entre si, nota-se a existência de algumas relações envolvendo a variedade de trabalhos levantados. Isto possibilita criar um importante quadro de semelhanças e diferenças, que em conjunto permitem um melhor conhecimento do estado atual da produção científica desenvolvida na área.

Uma grande parcela de estudos que analisam as características dos empreendedores de MPE no turismo destacam principalmente questões envolvendo suas motivações. Muitas MPE no setor do turismo são, em diferentes níveis, afetadas fortemente por razões pessoais e de estilo de vida de seus proprietários. Esse fato tem destaque nas discussões que apresentam os proprietários que priorizam os objetivos de estilo de vida, em detrimento das necessidades de ganhos econômicos (Morrison & Teixeira, 2004). Outra área de estudos no empreendedorismo que tem chamado a atenção dos pesquisadores são as empresas familiares, principalmente devido as suas complexas dimensões humanísticas que afetam MPE (Getz & Carlsen, 2005).

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O tema de recursos humanos enfoca em sua maioria a percepção de gestores quanto a qualificação de seus funcionários, além de mostrar práticas usuais nas relações no trabalho. Ganha destaque a percepção dos funcionários (Peters, 2005) e dos empreendedores (Pittaway, 2005) quanto a satisfação e necessidades no trabalho.

Pesquisas sobre sustentabilidade ambiental, apesar de ser um tema bastante abordado na literatura geral de turismo, recebe pouco atenção em relação às MPE. Os maiores destaques são estudos que enfocam as percepções e barreiras quanto a adoção de práticas ambientalmente sustentáveis nos negócios (Kasim, 2009; Radwan, Jones, & Minoli, 2010; Vernon, Essex, Pinder, & Curry, 2003).

Os trabalhos de marketing em grande parte enfocam o impacto da utilização de tecnologias da comunicação e informação (TICs) em pequenas empresas. É destacado os fatores que influenciam sua adoção e consequente contribuição para o crescimento e sucesso da empresa (El-Gohary, 2012; Irvine & Anderson, 2008).

As MPE tem seu desenvolvimento afetado por uma diversidade de fatores que variam desde ineficiências operacionais internas (Sharma & Upneja, 2005), até questões relacionadas ao ambiente de mercado e apoio governamental (Wan & Kong, 2008).

Apesar da importância do tema gestão empresarial, constata-se que poucas pesquisas buscaram analisar as características de gerenciamento interno de MPE, dentre os assuntos tratados, o que mais se destaca são os trabalhos que investigaram as fontes de financiamentos utilizadas por MPE no turismo (Ateljevic & Doorne, 2004; Ozer & Yamak, 2000).

É fortemente apontada na literatura sobre MPE no turismo, a importância da formação de redes e alianças estratégicas entre pequenas empresas para aumentar a competitividade do setor. É defendido o incentivo a formação de redes como auxílio na solução de problemas em conjunto (Hwang & Lockwood, 2006).

As definições sobre MPE no turismo mais adotadas pelos estudos pode ser observada na tabela 3, a qual demonstra que a grande maioria dos artigos (44,6%) não apresentam os critérios escolhidos para definição de uma MPE no turismo. Em seguida, há uma forte utilização de definições do próprio autor do artigo (35,1%), o que representa uma variedade de critérios, muitas vezes baseados em escolhas pessoais ou citação de outros autores.

Tabela 3: Definições de MPE utilizadas pelos artigos internacionais

Definição	Critérios	Nº de artigos	%
Texto Teórico	Não adota definição	8	5,4
Não Define	Não adota definição	66	44,6
Definição do Autor	Critérios variam entre autores	52	35,1
UK Trade and Industry Department	Número de funcionários	4	2,7
European Comission	Número de funcionários	10	6,8
Australia Bureau of Statistics	Número de funcionários	4	2,7
Lei da Croácia	Número de funcionários e receita anual	1	0,7
Tourism Training Victoria	Número de funcionários	1	0,7
Lei do Egito	Número de funcionários e receita anual	1	0,7
Organização Mundial do Turismo	Número de UH's e número de funcionários (Hotéis apenas)	1	0,7
TOTAL	-	148	100

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

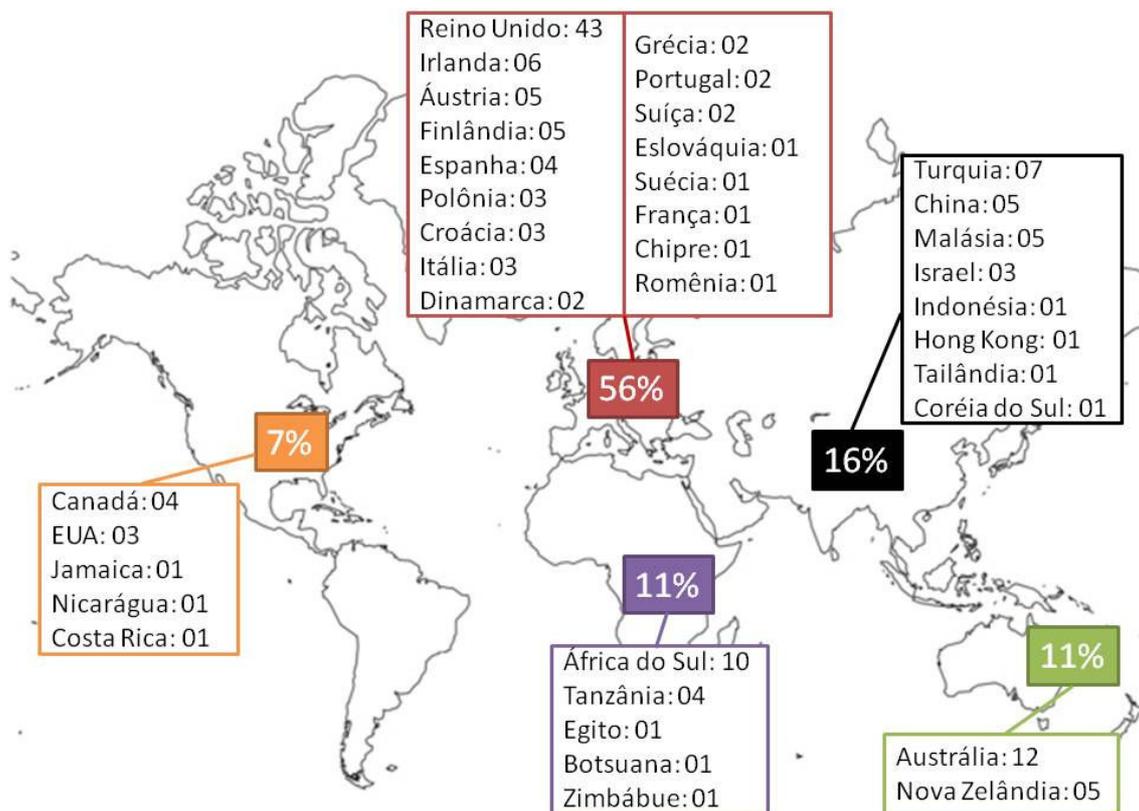
Em menor escala, tem-se adoção de definições oficiais de acordo com a origem de cada trabalho, é comum a presença de critérios da Comissão Europeia (6,7%), órgãos oficiais como o "UK trade and Industry" do Reino Unido (2,7%) e o "Australia Bureau os Statistics" da Austrália (2,7%).

Essa disparidade na adoção de uma definição de MPE no turismo está de acordo com Thomas (2000) que afirma que a academia utiliza-se de forma deliberada o termo "pequena empresa" para referir-se a uma variedade de realidades. Na maioria dos casos não são apresentados os critérios utilizados, e as devidas justificativas de sua adoção, havendo em certos estudos total divergência quanto às conceituações utilizadas.

Essa falta de conexão entre as definições adotadas vem evidenciar claramente as dificuldades de se fazer análises comparativas entre os trabalhos. Além da falta de consistência em oferecer subsídios para uma discussão mais teórica sobre o aproveitamento de definições utilizadas.

O mapa com o destaque para os 37 diferentes países com pesquisas sobre MPE no turismo está na figura 1, a qual apresenta a participação de todos os continentes, com exceção da América do Sul que não contou com nenhuma publicação abordando esta região em periódicos internacionais na língua inglesa.

Figura 1: Países com pesquisas sobre MPE em turismo (Nº de artigos por país e participação % do continente)



Fonte: Elaboração dos autores (2013)³.

A maioria dos estudos é proveniente da Europa (56%), com grande destaque para o Reino Unido que apresenta o maior número de artigos publicados, 43 do total. Este país pode ser considerado como referência em pesquisas sobre este tema, pois

³ Fonte do mapa de fundo: <http://minutoligado.com.br/mapas/mapa-do-brasil-para-colorir/>

conta com estudos que analisam diferentes aspectos de MPE em turismo. Estas pesquisas servem como interessante base para a discussão e comparação com resultados de outros países, além do desenvolvimento de novas pesquisas. Friel (1999) explica que a forte presença do Reino Unido em pesquisas sobre MPE no turismo é devido ao amplo apoio governamental no desenvolvimento de pesquisas sobre este tema, além da implantação de um centro de pesquisas sobre MPE no turismo na Leeds Metropolitan University.

A Ásia concentra 16% do total de artigos, seguida pela Oceania e África, ambas com 11%. Esses resultados revelam a predominância de estudos provenientes de países desenvolvidos.

A literatura sobre em MPE em turismo em países em desenvolvimento ainda é relativamente pequena, sendo a maior contribuição originária da África do Sul (10), Turquia (07), China (05) e Malásia (05) (Rogerson, 2005). Porém alguns autores (Rogerson, 2008; Thomas et al., 2011) vislumbram para o futuro um aumento no interesse da comunidade científica em empreender pesquisas sobre projetos de organizações mundiais, que tem fomentado o desenvolvimento de MPE em países emergentes. É apontado como marcante em pesquisas em países em desenvolvimento, a diversidade de micro e pequenas empresas inseridas nas mais diferentes realidades, que servem como importante incremento na discussão já conhecida da realidade de países desenvolvidos (Thomas et al., 2011).

Com relação ao tipo de empresa que foi objeto de estudo dos trabalhos (tabela 4), quase metade dos artigos analisam em um mesmo conjunto diferentes setores do turismo, como por exemplo, hotéis, restaurantes, meios de transporte, agencias de viagem e operadores de turismo. Geralmente estes estudos não apresentam as diferenças e características particulares de cada setor estudado. Isso influencia com que conclusões generalizadas sejam feitas, normalmente baseadas em análises de resultados que acabam por mascarar as particularidades de cada setor.

Tabela 4: Objetos de estudo

Segmento	Nº de artigos	%
Diferentes tipos	72	48,6
Meios de hospedagem	50	33,8
Texto teórico	18	12,2
Agências de Viagem	4	2,7
Restaurantes	2	1,4
Operadores de Turismo	1	0,7

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Segmento	Nº de artigos	%
Agências de locação de imóveis	1	0,7
TOTAL	148	100

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

É analisado as diferenças de desempenho em três setores de turismo em Israel. Reichel e Haber (2005) mostram que cada um possui características e condições inerentes as suas áreas de atuação. Por conta disso, os autores defendem que as especificidades de cada setor no turismo, sejam tratadas de forma mais aprofundada e separada das demais, permitindo assim, acompanhar o desempenho de cada segmento. Isso facilita com que comparações mais assertivas sejam feitas entre eles.

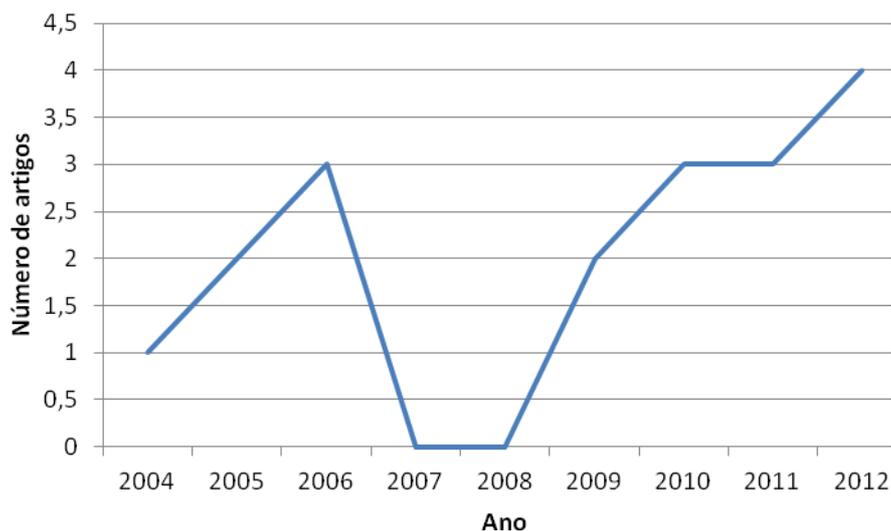
Dos setores analisados de forma isolada, os meios de hospedagem tem recebido maior atenção dos pesquisadores, aproximadamente 33,8% dos artigos. Com menor participação estão áreas como agências de viagem, restaurantes e operadores de turismo. Isso revela a necessidade de mais estudos específicos abordando esses setores separadamente, de modo a oferecer dados que possibilitem melhor entendimento deste segmento.

Produção científica brasileira sobre MPE no turismo

Foram identificados 18 artigos sobre micro e pequenas empresas no turismo publicados em periódicos brasileiros no período de 1990 a 2012. No entanto o levantamento, conforme consta no gráfico 2 revela que a pesquisa sobre esse tema no Brasil é recente, tendo o primeiro estudo sido publicado no ano de 2004. Desde então, houve um aumento pequeno no número de publicações, seguida de um período sem publicação nos anos de 2007 e 2008. Os anos posteriores apresentam uma ascensão no número de artigos, com o ano de 2012 como o maior concentração, com um total de 4 artigos.

Quando analisado o caráter empírico e teórico dos artigos brasileiros, percebe-se que a realidade é semelhante com o exterior, ou seja, há grande presença de estudos empíricos em detrimento de teóricos. No caso brasileiro, o desenvolvimento de uma discussão teórica só chamou atenção da comunidade científica no ano de 2012.

Gráfico 2: Evolução da publicação de artigos brasileiros sobre MPE no Turismo (2004- 2012)



Fonte: Elaboração dos autores (2013).

Com relação às temáticas das pesquisas publicadas no Brasil, vê-se que não há uma grande variedade de assuntos, como é verificado na literatura internacional. Os trabalhos brasileiros focam-se em temas centrais, envolvendo aspectos de gestão e desempenho da empresa, motivação e características dos empreendedores.

Diferente da literatura internacional, a tabela 5 apresenta que a maior parte das pesquisas desenvolvidas no Brasil concentram-se nos temas redes e cooperação e empreendedorismo em MPE de turismo, representando mais de 60% do total de trabalhos. Em participação menor, estão marketing e recursos humanos ambos com 5,6%, pontua-se que esses dois temas tem o maior número de publicações de artigos internacionais.

Tabela 5: Temas dos artigos publicados no Brasil

Tema	Nº de Artigos	%
Desempenho da empresa	2	11,1
Empreendedorismo	5	27,8
Gestão Empresarial	3	16,7
Marketing	1	5,6
Recursos Humanos	1	5,6
Redes de Cooperação	6	33,3
TOTAL	18	100

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

Dentre os assuntos pesquisados há um considerável número de pesquisas abordando as atitudes e motivações dos empreendedores, e também as competências necessárias para o desenvolvimento de suas funções no negócio. Também existem estudos analisando a realidade da formação de redes de MPE em alguns destinos brasileiros. O quadro 1 apresenta todos os estudos levantados:

Quadro 1: Literatura brasileira sobre MPE no turismo

Tema	Nº de artigos	%
Empreendedorismo	5	27,8
Gestão em MPE	3	16,7
Recursos Humanos	1	5,6
Redes e Cooperação	6	33,3
Desempenho de MPE	2	11,1
Marketing	1	5,6
TOTAL	18	100

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

As pesquisas sobre motivações dos empreendedores são predominantemente realizadas em países desenvolvidos. Nessa perspectiva um importante trabalho brasileiro, merece destaque ao demonstrar uma realidade diferente presente no Brasil. Por meio de entrevistas pessoais semiestruturadas com os empreendedores de micro e pequenas empresas das cidades de Jericoacoara (CE), Parnaíba (PI) e Barreirinhas (MA). Costa e Nascimento (2010) desvendam que as principais motivações destes empresários são de caráter econômico, sendo que os entrevistados ressaltaram ver no turismo um negócio lucrativo nas localidades.

Importantes resultados sobre a percepção dos empreendedores quanto as competências técnicas necessárias para desenvolver suas atividades. É evidenciado que os empreendedores preferem aprender através da prática, “fazendo”, porém avaliam de forma positiva as instituições que oferecem treinamento, apesar de considerarem o seu custo alto para empresas de pequeno porte (Honma & Teixeira, 2011; Teixeira, 2011).

As definições de MPE utilizadas pelos estudos publicados em periódicos de turismo no Brasil, como apresentado na tabela 6, assim como na literatura internacional, há um grande número de artigos que não apresentam a definição de MPE, o que representa metade dos trabalhos levantados. Em seguida, percebe-se a preferência por 38,7% dos artigos na utilização do critério de número de funcionários proposto pelo Sebrae. Em menor participação (11,1%) estão a utilização de critérios estabelecidos pelos próprios autores do trabalhos.

Tabela 6: Definições de MPE utilizadas pelos artigos brasileiros

Definição	Critérios	Nº de artigos	%
Definição do autor	Critérios variam entre autores	2	11,1
Sebrae	Número de funcionários	7	38,9
Não define	Não adota definição	9	50
TOTAL		18	100

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

Quanto aos contextos geográficos dos estudos, tem-se 10 estados com pesquisas sobre MPE no turismo. O estado do Paraná se destaca com o maior número de artigos (5), que analisaram a realidade da cidade de Curitiba. Em seguida está a cidade de Aracaju em Sergipe com 3 artigos.

Os demais estados marcados no mapa possuem entre 1 ou 2 estudos, figuram, além do Distrito Federal (1), os seguintes estados: Alagoas (1), Ceará (2), Maranhão (1), Mato Grosso do Sul (1), Piauí (1), Rio de Janeiro (1), São Paulo (2).

Quando analisadas as regiões, há uma clara concentração de estudos no Sul-Sudeste e o Nordeste, cada um com 8 artigos. A região norte foi a única que não contou com nenhum artigo.

O levantamento também encontrou um artigo analisando a realidade de países europeus, e como comentado anteriormente, um estudo bibliométrico que não analisou nenhum destino turístico.

A grande maioria das pesquisas sobre MPE no turismo (tabela 7) tiveram os meios de hospedagem como principal objeto de estudo, com aproximadamente 60% do total de artigos. Em seguida há preferência por 27,8% dos trabalhos em analisar

diferentes tipos de empresas de um destino turístico. Essas empresas compreendiam meios de hospedagem, restaurantes, agências de receptivo e de transportes turísticos. Por fim, há presença de um trabalho que analisou as empresas de turismo de aventura.

Tabela 7: Tipos de empresa objetos de estudo

Segmento da empresa	Nº de artigos	%
Meios de hospedagem	11	61,1
Diferentes tipos	5	27,8
Empresas de aventura	1	5,6
Ensaio teórico	1	5,6
TOTAL	18	100

Fonte: Elaboração dos autores (2013).

Esses resultados demonstram a preferência da academia brasileira em desenvolver pesquisas sobre meios de hospedagem. Isso facilita com que inferências sejam feitas entre os estudos, de modo a representar uma base importante de análise de casos entre os estados Brasileiros.

Considerações finais

Essa pesquisa teve como objetivo apresentar um panorama das pesquisas sobre micro e pequenas empresas em turismo publicadas nos principais periódicos científicos internacionais e brasileiros.

A análise do estado da arte em conjunto com as revisões internacionais publicadas no exterior (Morrison et al., 2010; Thomas et al., 2011), permitem afirmar que a literatura sobre MPE precisa de maior embasamento teórico. Principalmente quanto a definição e caracterização das MPE no turismo, dado que a maioria dos artigos internacionais e brasileiros não adotam uma definição em seus estudos, ou quando adotam os critérios divergem entre si. Por conta disso, as pesquisas futuras necessitam analisar as MPE de um modo mais analítico, ressaltando as características na qual ela está inserida.

A maioria dos trabalhos existentes são provenientes de países desenvolvidos, com destaque para o Reino Unido e Austrália, isso faz com que haja necessidade de ponderação quanto a sua utilização destes trabalhos como referencia, dada as realidades muitas vezes distintas em países em desenvolvimento. Porém nota-se um crescente interesse de países emergentes, como a África do Sul e Turquia que tem ganhado destaque com pesquisas sobre este tema.

No Brasil a pesquisa sobre MPE no turismo é recente, o que oferece um ambiente amplo para o desenvolvimento de novos temas de pesquisa ou

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

complementação dos trabalhos existentes com outros pontos vista. Além disso, não foram encontrados trabalhos brasileiros publicados nos principais periódicos em língua inglesa. Por isso é importante o incentivo a constante participação de pesquisadores brasileiros em publicações com abrangência internacional, dada a importância do setor do turismo para a economia do país. Por isso, há necessidade de maior atenção a esse tema, estando futuras pesquisas em constante diálogo com trabalhos desenvolvidos no exterior, de modo a analisar situações semelhantes. Com o desenvolvimento de uma base teórica e empírica mais forte, será de fundamental importância para o desenvolvimento de políticas públicas e programas de apoio a esse setor no Brasil.

Sugere-se que está pesquisa seja ampliada no futuro, e que uma análise mais abrangente em periódicos ligados a área de administração e serviços sejam utilizados como referencia, de modo a proporcionar um diálogo com outros segmentos econômicos de micro e pequenas empresas.

Referências

Ateljevic, J., & Doorne, S. (2004). Diseconomies of scale: A study of development constraints in small tourism firms in central New Zealand. *Tourism and Hospitality Research*, 5(1), 5–24.

Australia. (2011). *Key statistics: australian small business* (pp. 1–56).

BNDES. (2012). *Apoio às micro, pequenas e médias empresas* (pp. 1–29).

Brasil. (2006). *Lei 123/06: Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte*. Brasília.

Costa, H. A., & Nascimento, E. P. do. (2010). Motivações para empreender no turismo: um estudo sobre micro e pequenas empresas na Costa Norte (CE, MA, PI). *Turismo Visão e Ação*, 12(3), 314–330.

EC. (2003). *Comission recommendation concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises* (pp. 124–136).

El-Gohary, H. (2012). Factors affecting E-Marketing adoption and implementation in tourism firms: an empirical investigation of egyptian small tourism organizations. *Tourism Management*, 33(5), 1256–1269.

Friel, M. (1999). Marketing practice in small tourism and hospitality firms. *International Journal of Tourism Research*, 1, 97–109.

Getz, D., & Carlsen, J. (2005). Family business in tourism: state of art. *Annals of Tourism Research*, 32, 237–258.

Honma, E. T., & Teixeira, R. M. (2011). Competências empreendedoras em hotéis de pequeno porte: estudo de multiplos casos em Curitiba, Paraná. *Turismo Visão e Ação*, 13(1), 52–80.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Hwang, L.-J. J., & Lockwood, A. (2006). Understanding the challenges of implementing best practices in hospitality and tourism SMEs. *Benchmarking: An International Journal*, 13(3), 337–354.

IBGE. (2007). *Economia do Turismo: análise das atividades características do turismo 2007*. Rio de Janeiro.

Irvine, W., & Anderson, A. R. (2008). ICT (information communication technology), peripherality and smaller hospitality businesses in Scotland. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(4), 200–218.

Kasim, A. (2009). Managerial attitudes towards environmental management among small and medium hotels in Kuala Lumpur. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 709–725.

Morrison, A. (1998). Small firm statistics: a hotel sector focus. *The Service Industries Journal*, 18(1), 132–142.

Morrison, A., Carlsen, J., & Weber, P. (2010). Small tourism business research: change and evolution. *International Journal of Tourism Research*, 12, 739–749.

Morrison, A., & Conway, F. (2007). The status of the small hotel firm. *The Service Industries Journal*, 27(1), 47–58.

Morrison, A., & Teixeira, R. (2004). Small business performance: a tourism sector focus. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), 166–173.

Ozer, B., & Yamak, S. (2000). Self-sustaining pattern of finance in small businesses : evidence from Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 19, 261–273.

Page, S. J., Forer, P., & Lawton, G. R. (1999). Small business development and tourism: terra incognita? *Tourism Management*, 20(4), 435–459.

Peters, M. (2005). Entrepreneurial skills in leadership and human resource management evaluated by apprentices in small tourism businesses. *Education + Training*, 47(8), 575–591.

Pittaway, L. (2005). “Mind the gap”: graduate recruitment in small businesses. *International Small Business Journal*, 23(4), 403–426.

Radwan, H. R. I., Jones, E., & Minoli, D. (2010). Managing solid waste in small hotels. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 175–190. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669580903373946>

Reichel, A., & Haber, S. (2005). A three-sector comparison of the business performance of small tourism enterprises: an exploratory study. *Tourism Management*, 26(5), 681–690. doi:10.1016/j.tourman.2004.03.017

Rogerson, C. M. (2005). Unpacking tourism SMMEs in South Africa: structure, support needs and policy response. *Development Southern Africa*, 22(5), 623–642.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Rogerson, C. M. (2008). Shared growth in urban tourism: evidence from Soweto, South Africa. *Urban Forum*, 19(4), 395–411.

Santos, G. (2013). Publicações de Turismo. Retrieved March 18, 2013, from www.publicacoesdeturismo.com.br

SEBRAE. (2007). *Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003–2005* (pp. 1–60). Brasília.

Sharma, A., & Upneja, A. (2005). Factors influencing financial performance of small hotels in Tanzania. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6), 504–515. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/10.1108/09596110510612149>

Smith, S. L. J. (2006). How big, how many? Enterprise size distributions in tourism and other industries. *Journal of Travel Research*, 45(1), 53–58.

Teixeira, R. M. (2011). Competências e aprendizagem de empreendedores / gestores de pequenas empresas no setor hoteleiro. *Revista Turismo em Análise*, 22(1), 195–219.

Thomas, R. (2000). Small firms in the tourism industry: some conceptual issues. *International Journal of Tourism Research*, 2, 345–353.

Thomas, R., Shaw, G., & Page, S. J. (2011). Understanding small firms in tourism: a perspective on research trends and challenges. *Tourism Management*, 32, 963–976.

Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367–378.

Vernon, J., Essex, S., Pinder, D., & Curry, K. (2003). The “greening” of tourism micro-businesses: outcomes of focus group investigations in South East Cornwall. *Business Strategy and the Environment*, 12(1), 49–69. Retrieved from <http://doi.wiley.com/10.1002/bse.348>

Wan, P. Y. K., & Kong, W. H. (2008). An assessment of the business environment for small Tourism ventures development in the Gaming City of Macao. *Journal of China Tourism Research*, 4(3), 297–318.