

1 INTRODUÇÃO

São muitas as formas de se iniciar ou se modificar um negócio turístico, fontes de rendas diferenciadas custeiam o primeiro momento desta atividade ou mesmo uma modificação para uma melhor adaptação aos novos cenários mercadológicos. Neste contexto, encontramos recursos vindos de heranças, família, seguro desemprego, FGTS e também das instituições financeiras.

A gama de linhas e projetos para incentivar a atividade turística nacional hoje não é pequena, pois além do próprio acesso que é dado pelas instituições financeiras por suas próprias iniciativas, os governos municipais, estaduais e principalmente o federal cria programas, convênios e flexibiliza taxas e prazos para que os empreendedores do Turismo possam fazer crescer esta atividade através dos seus empreendimentos.

Como fator estimulante do empreendedorismo no Brasil destaca-se, a utilização de capital de terceiros para financiar investimentos iniciais na abertura de uma empresa, ou mesmo para ampliação de um negócio já existente, e é de suma importância o estudo dos tipos, dos meios, das causas e principalmente dos cuidados que perpassam o uso de financiamentos.

O domínio de técnicas de gestão financeira e de gerenciamento de capital passar a ser, então, fator decisivo para a sobrevivência de organizações. Os critérios organizacionais e de padronizações deixam de ser meros aspectos burocráticos nas empresas e passam a exercer funções estratégicas no sucesso do empreendimento.

Uma empresa está sujeita ao risco econômico e ao risco financeiro. O risco econômico decorre do fato de a empresa possuir custos fixos operacionais e sai receita estar sujeita a variações. Mesmo que funcione 100% de capital próprio, a empresa enfrenta o risco econômico, já que a receita obtida pode não ser suficiente para cobrir os custos.

O risco financeiro decorre da existência de despesas financeiras contratuais fixas, oriunda da utilização de capital de terceiros. Ele é caracterizado por uma maior intervalo de variação do resultado (lucro ou prejuízo) diante de variações do resultado operacional. (SANTOS, 2008, p.125)

Estes riscos devem ser previstos com pesquisas aplicadas no mercado antes da realização dos investimentos, a fim de garantir que a taxa de retorno e a rentabilidade serão suficientes para cobrirem os custos econômicos e os possíveis custos financeiros.

Em suma, as linhas de crédito para o turismo geram oportunidades de novos negócios, e são um auxílio gerencial importante em momentos de instabilidades econômicas, mas devem ser vistas com racionalidade e perícia, pois a utilização de tais meios de crédito de forma não planejada pode levar a empresa ao desequilíbrio financeiro total e até a morte.

1.1 JUSTIFICATIVA

A economia mundial está cada vez mais interligada, as oscilações afetam os mais distantes países e comprometem no desenvolvimento de várias localidades. Não há mais espaço para o isolamento, pois quem não se comunica com os outros agentes do sistema econômico global perde oportunidades, ou mesmo, tem dificuldades de sobrevivência, pois a sua riqueza natural e econômica não supre todas as necessidades de sua população.

Os diversos setores da economia também tem uma relação direta no mundo, há que se realçar o papel da atividade turística na interligação de diversas dessas atividades, e que esta, por sua vez, também sofre alterações induzidas pelo meio mercadológico. Com a crise mundial e o início de recessão em vários países, a atividade turística perdeu um fôlego de ascensão que vinha tendo nos últimos anos, chegando a ter uma queda em seus índices em 2008.

Na busca por espaço, os empreendedores recorrem a várias linhas de crédito para financiarem seus investimentos. O crédito de terceiros é o capital externo que alimenta uma empresa para começar uma atividade ou para expandir as já existentes. Estes créditos tem características que os individualizam na forma, tipo, prazo ou mesmo na fonte. Para se ter acesso a este tipo de crédito, o empreendedor deve elaborar projetos que mostrem ao emprestador a capacidade de retorno financeira da atividade da empresa e suas garantias quanto ao pagamento do seu compromisso financeiro.

Atualmente, o setor de turismo tem recebido uma série de incentivos governamentais que fomentam a atividade e dão suporte a micro e pequenos empreendedores com a injeção de capital em seus negócios. São linhas, fundos e programas dos quais o empreendedor turístico pode ter acesso através de instituições financeiras públicas ou privadas que atuam como agentes do crédito governamental e principalmente do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES).

No cenário de expansão econômica é visto a coleta de fontes de financiamento, que são concedidas e requisitadas pela euforia do mercado e pelos resultados positivos das empresas, das bolsas e dos próprios bancos, mas durante a crise, a retração deste tipo de negócio é vista com muita clareza, pois a desconfiança toma conta de todos. Os investidores temem o aumento da recessão, a falta de demanda para seus produtos/serviços e a incapacidade de arcar com os custos do negócio, e as instituições credoras, dentro dos mesmos aspectos, diminuem o acesso ao capital, estimuladas pela incerteza e desconfiança de consumidores e agentes em geral. São típicas características deste período o aumento das taxas de juros e a diminuição dos prazos para pagamento.

Portanto, decidiu-se abordar nesta pesquisa, as linhas de crédito para o turismo e a crise econômica mundial: perspectivas entorno do empreendedorismo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um estudo acerca do processo de captação de linhas de crédito específicas na área do turismo, dando ênfase aos direcionamentos das principais instituições financeiras e a aplicabilidade no contexto empresarial durante o período de crise econômica entre os anos de 2008 e 2010.

1.2.2 Objetivos específicos

Compor uma dimensão teórica através de revisão bibliográfica evidenciando as principais teorias relacionando o contexto turístico e econômico na ótica da gestão empresarial com foco na captação de linhas de crédito;

Identificar por meio de pesquisa empírica (*in loco*), dados e informações pertinentes as dificuldades, desafios e expectativas dos pequenos e médios empresários ludovicenses (setor do turismo) em captar linhas de crédito para a viabilização ações empresariais.

Demonstrar a importância das linhas de crédito para as organizações turísticas no contexto de uma crise econômica mundial ressaltando o processo de captação.

1.3 Problema

De que forma as linhas de crédito oferecidas pelas principais instituições financeiras são utilizadas pelas organizações turísticas ludovicenses no contexto da crise econômica mundial tendo como foco o estudo dos processos, dificuldades e desafios?

1.4 Delimitação do Estudo

O público-alvo deste estudo foram as empresas que tem atuação direta na atividade turísticas localizadas no centro histórico de São Luís – MA. Pretendeu-se com o levantamento dos dados colhidos localizar as perspectivas dos gestores no âmbito das linhas de crédito para o turismo, além de visualizar a utilização de tais recursos por estas empresas no período da crise e examinar a visão dos gestores das instituições bancárias.

1.5 Estrutura da investigação

A Atividade turística tem crescido nos últimos anos e este crescimento tem despertado empreendedores a investirem em novos negócios e em novos produtos. Diante desta certeza, a pesquisa mostrou a necessidade de se analisar as fontes, tipos e formas de acesso ao crédito financiador do setor turístico, particularizando-se o período da crise econômica mundial.

Logo, o trabalho iniciou-se relatando o cenário da crise, suas origens e seus efeitos em todo o mundo, com vista mais larga para os reflexos na economia brasileira e principalmente no setor do Turismo.

A partir deste cenário, analisaram-se as diversas linhas de crédito para o Turismo e a sua relação direta com a gestão empresarial. Porque, o mercado não absorve mais o amadorismo empresarial, o empreendedor que deseja ver seus investimentos retornarem em forma de lucro, deve buscar a capacitação no intuito de administrar o seu negócio e poder ter o controle total da empresa. A administração financeira, então, ganha consistência neste sistema, a partir do momento em que os investimentos e a captação de créditos de terceiros devem ser previamente estudados, planejados e calculados para que esteja dentro da margem de segurança financeira do negócio.

Faz-se também o estudo e a avaliação das micro e pequenas empresas, principalmente no que se refere ao processo de gestão financeira, em face de critérios e deveres que o empreendedor deve ter no cumprimento de seus controles e conseqüente informação gerencial. Em seguida, apresenta o estudo do uso dos recursos na atividade turística local durante a crise a partir de pesquisa de campo realizada junto ao empresariado turístico local, seguido da análise das linhas, dos motivos e do tipo de crédito utilizado pelos empreendedores no período de crise.

2 A CRISE ECONÔMICA MUNDIAL E OS EFEITOS ECÔNOMICOS: Ênfase no cenário turístico.

O capítulo descreve aspectos relacionados ao cenário da crise econômica mundial, dando ênfase às conseqüências na economia brasileira e em especial ao setor do turismo.

2.1 Cenário da Crise Econômica Mundial

O mundo hoje é interligado por diversos sistemas de comunicações. De norte a sul e de leste a oeste do planeta uma alteração política, social ou econômica pode interferir em vários lugares. Quando tais alterações ocorrem em grandes blocos ou potências mundiais acabam por gerarem conseqüências globais. Foi o que aconteceu na atual crise econômica mundial, trazendo um cenário de instabilidade e desconforto e gerando conseqüências em diversas atividades, inclusive no turismo

As crises econômicas sempre geram expectativas, principalmente quanto ao nível que ela pode chegar, ao tempo que vai durar, ou mesmo em como afetará a vida cotidiana das pessoas.

Esta crise, assim como todas as outras que já existiram tem como característica comum a dificuldade de entrever com precisão a causa ou as causas que as deflagram.

São muitas as hipóteses levantadas por economistas e estudiosos do mercado econômico e financeiro global. Garcia (2002) relata que Marx já levantava em suas teorias as contradições das quais o sistema capitalista estava e está revestido, pois segundo o mesmo, a produção emanada deste sistema acabaria por superar a capacidade de absorção pelo mercado, este mesmo autor refere-se ao pesquisador e autor inglês Keynes afirmando, assim com Marx, que a economia de mercado é intrinsecamente instável e perversa, diferem-se nas suas conclusões para o capitalismo. Pois a linha ideológica defendida por Marx e seus seguidores leva ao fim do sistema de capital, enquanto Keynes pensa na reformulação deste sistema e um domínio e regulação realizada pelo Estado com maior intensidade.

Lage (2001, p.25) estabelece um dos pensamentos principais de Karl Marx:

Marx era influenciado pelos movimentos socialistas utópicos, por Hegel e pela teoria de valor de trabalho de Ricardo. Acreditava no trabalho como determinante do valor, tal como Smith e Ricardo, mas era hostil ao capitalismo competitivo e à livre concorrência, afirmando que a classe trabalhadora era explorada pelos capitalistas.

Este pensamento caracterizava o que Marx via na sociedade capitalista onde os mais fracos eram dominados pelos mais poderosos, estabelecendo assim um fator de desigualdade total.

Quando Lage fala das características de John Maynard Keynes, observamos os aspectos coerentes e divergentes do pensamento deste autor para Marx, Lage relata Keynes assim:

Segundo a teoria macroeconômica de Keynes, quanto mais pobre for a sociedade, maior será a sua propensão marginal a consumir, pois deverá realizar a maior parcela de seus gastos em consumo. O contrário também deve ocorrer, ou seja, uma sociedade mais rica e desenvolvida economicamente tenderá a gastar menos em consumo, o que significa uma propensão marginal a consumir menor.

No entanto, poupança macroeconômica não é dinheiro guardado, nem investimento pode ser considerado especulação financeira. Os empresários visam a expectativa de lucros futuros. Acreditando em suas atividades, tomam crédito do sistema bancário e aplicam em seus projetos antecipando a geração de renda e, conseqüentemente provocando aumento de poupança.

Conclui-se, que a política econômica keynesiana está baseada nas políticas monetárias e fiscais. De forma simplificada, para ativar a economia, o governo pode reduzir os impactos e/ou aumentar seus gastos, pois isso aumenta a demanda. Para desativar o governo deve agir de forma inversa, ou seja, reduzir seus gastos e/ou aumentar os impostos, medidas que certamente reduziram a demanda. (LAGE, 2001, p. 30)

Keynes então pensa em saídas efetivas para o capitalismo, mas a manutenção deste sistema, sistema este que deve ser regulado pelos gestores governamentais, afim de determinar o aumento ou a diminuição da demanda mercadológica.

Garcia (2002) também fala da visão dos economistas americanos, em que é estabelecido que a estabilidade econômica depende da relação entre a quantidade total de dinheiro em circulação e a quantidade de bens e serviços produzida. Neste âmbito o ponto de equilíbrio que sustenta o sistema é exatamente a equivalência entre ambas as magnitudes. A deflação ou inflação, então podem resumir nos

problemas que o mercado pode vir a passar, pois a quantidade de moeda que circula determina o grau de estabilidade e segurança, havendo uma queda ou mesmo um aumento quantitativo desta circulação, há então a instabilidade econômica. Estes monetaristas relatam que a crise de 29 e as suas reais conseqüências tiveram como fatores principais a falta de regulamentação estatal, ou seja, um mau gerenciamento monetário do Banco Central Americano.

Porém, não se pode ter esta ideologia como certa, pois a mesma falhou na atual crise, pois em ambos os casos a realidade monetária não é de grande deflação ou mesmo inflacionária, há sim uma certa estabilidade monetária. Os americanos monetaristas ali citados opuseram-se à teoria keynesiana, quanto aos aspectos da intervenção, subsídio, protecionismo, déficits, monopólio e controle de preços.

A abordagem desses autores, cheios de razões partiu do aspecto amplo da economia de mercado, ou seja, da macroeconomia. Já a análise feita a partir dos seres humanos diretos, suas opções e incertezas traz para a microeconomia a análise de tais depressões.

Quando a camada empresarial dominante acaba por cometer uma série de erros no mercado, dá-se então início a um período de desconfiança e descrédito mercadológico, nasce então a primeira faísca que poderá incendiar uma economia local, ou até mesmo chegar ao colapso econômico global.

O que ocorre na economia quando os empresários decidem despende uma unidade monetária adicional em bens de capital? Duas Coisas: primeiro essa unidade monetária desencadeia uma série de impactos sobre o nível de renda ao longo do tempo, uma vez que aumentos de renda se transformam parcialmente em aumento de consumo, que se representam novos aumentos de renda. Esse mecanismo com MULTIPLICADOR. Segundo, quando o nível de renda está em expansão, os lucros das empresas também crescem, e os empresários se sentem motivados a realizar novas despesas de investimento, constituindo o denominado efeito acelerado. (SOUZA; CLEMENTE, 2001, p. 29)

Numa economia de mercado desenvolvida é necessário, para que se tenha segurança, um nível de recrutamento de recursos antecipados para que estes possam ser utilizados posteriormente, ou seja, uma inclinação geral das pessoas de adiar o consumo no presente, em troca de mais consumo no futuro. Se, ao contrário, não houver tal nível de renúncia dos gastos antecipadamente, isto refletirá diretamente no declínio da demanda de consumo futura.

Os Juros observados no mercado indicam a falta de poupança, e este regulam e equilibram a procura e oferta de poupança existente. Quando o empresário toma para si um recurso através de uma linha de crédito este tem nos juros a sua baliza guia que o norteará quanto à linha de produção que deva investir, por esta deve ser capaz de comportar a carga de tais juros.

Quando, porém os bancos decidem emprestar além de suas reservas eles especulam dinheiro, pois seus créditos mesmo que estejam apenas na esfera bancária acabam por ser dinheiro em circulação, criando assim uma falsa poupança e então, a taxa de juros que anteriormente era a orientação seguida pelos empresários, passa a não ser mais um elemento confiável.

Este tipo de especulação lançada pelas entidades bancárias acaba por gerar uma falsa realidade no mercado, tendo assim caracterizado um período de ampla prosperidade. Assim tais movimentos especulatórios refletem também nas bolsas de valores e no mercado imobiliário. Esta febre ilusória de otimismo eufórico é o crédito barato, que de forma artificial é promovido pelo sistema financeiro sob regulação do governo.

Diante disto, é evidente que possíveis mudanças na política econômica criam fortes expectativas no empresariado. Deve-se, então, lembrar das considerações sobre riscos e incertezas e considerar que tais mudanças, na verdade, implicam grande aumento no nível do nível de incerteza e, por isso, apresentam-se como um poderoso freio sobre as despesas de investimento. (SOUZA; CLEMENTE, 2001,p. 29)

A política direcionada pelos governantes determina em que passos esta economia vai andar e regula a criação e o acesso ao crédito que não pode chegar a níveis muito baixos, pois este crédito barato gera inflação e acaba por estender em excesso o endividamento dos agentes econômicos, quando encontramos este cenário, o que será refletido é que a taxa de juros regulada pelo governo e operada pelos agentes bancários deverá em tempo não muito distante ser aumentada. Este aumento rebaterá no consumidor, que será obrigado a pagar esta conta. O empresário investidor que quando da baixa das taxas calculou suas receitas para comportar até determinado nível de pagamento de juros é surpreendido e levado ao inadimplemento.

Quando não mais é possível arcar com os custos de investimentos anteriores, devido ao baixo nível de receitas e sensível aumento das despesas o

investidor pode ser cercado, e já não havendo mais saída, o que vemos é a falência e a conseqüente destituição da condição de empreendedor, tais realidades aqui abordadas não geram resultados apenas na parte de cima da cadeia mercadológica, mas os empregados e fornecedores deste outrora empreendedor ficam desprovidos, nascendo assim uma terrível gradação de desempregos e diminuição da capacidade de compra e de pagamento.

Vale aqui trazer a idéia de Lage (2001, p. 48) onde afirma que:

Tal fato é justificado pela teoria econômica quando assume que os indivíduos racionais maximizam suas funções utilidades sujeitas as suas restrições orçamentárias. Para tanto, qualquer alteração nos preços dos bens e serviços e no nível de renda dos consumidores deverá provocar modificações em suas atitudes e hábitos, fazendo com que comprem mais ou menos produtos desejados, ocasionando alterações em sua produção pelas empresas.

O que se pode então constatar é que a economia capitalista de mercado é intrinsecamente instáveis, e, portanto, suscetível à crises, uma vez que boa parte dos agentes têm uma relação de especulação, pois o que vemos é a cessão de empréstimos com riscos altíssimos em resultado de pequenas margens levantados por empresas e entidades bancárias, que são uma espécie de sustentação da balança comercial, quando está base de sustentação cede, o que vemos é a fragilização da economia como um todo e a seu conseqüente estado de depressão.

Quando o Governo através dos seus mecanismos de atuação e regulação do sistema econômico-financeiro, exercido principalmente pelo seu Banco Central, deixa de zelar pelo equilíbrio das relações e libera taxas inferiores ao ponto de segurança, tem-se então o pressuposto originário de uma crise econômico-financeira.

Nesse sentido, Tribe (2003) ressalta que a faixa de possíveis direções da política, é possível que o planejamento de cenários seja usado pelas organizações que desejam incorporar o ambiente político em seu planejamento estratégico. Isso envolve a análise do impacto de uma série de possíveis resultados governamentais sobre uma organização. Tais alterações relacionadas pelo autor podem ser caracterizadas exatamente pelo nível de gerência ou ingerência que o governo exerce na economia.

Estabelecendo então uma relação entre autores, vemos uma continuidade de pensamentos, pois a crescente fragilização financeira que leva a uma crise

financeira, e a política exercida pelos governos mundiais, principalmente dos Estados Unidos e da Europa, que agem evitando este ciclo que fragiliza as relações econômicas são fundamentais para o equilíbrio do mercado global. O que diferencia esta crise de algumas anteriores é exatamente o nível de relação globalizada existente entre as economias mundiais, pois, se nas crises do passado, o que víamos era um motivo relevante que estava diretamente ligado às economias de vários Estados, agora, não o mais é, pois o epicentro da atual não daria motivo para um alastramento mundial, já que aconteceu num sub-seguimento do setor imobiliário americano.

Mediante todo este aspecto visto na economia do mundo, já se fala em um processo de re-regulamentação ou mesmo de uma nova estruturação do sistema econômico-financeiro mundial, visto que para que o equilíbrio das relações precisa ser mantido, mesmo que para isto seja necessário uma nova postura pelos governos, pelo setor empresarial e também pela população geral.

O que se tem como ponto de partida para o desenrolar desta atual crise econômica mundial é exatamente a desconfiança gerada a partir de investimentos não rentáveis em grandes empresas que vieram à falência e na concessão de crédito fácil e barato, principalmente no campo imobiliário à classes menos favorecidas que logo se tornaram insolventes, não tendo assim condições de honrar com seus compromissos financeiros com as instituições de crédito. Isto levou tais instituições a quebra, mesmo estas estando solventes. A Atual crise é tida como bancária e começou exatamente no maior centro de capital mundial.

A análise da economia como um todo, objeto de estudo da macroeconomia, é fundamental para a tomada de decisão por parte dos agentes econômicos e para a formulação de políticas econômicas pelo governo. Indicadores macroeconômicos como nível de emprego, nível geral de preços, produção, consumo, investimento etc. contribui para o empresário identificar novas oportunidades de investimentos e para o governo dirigir a atividade econômica. (ARENDIT, 2000, p. 72)

As políticas econômicas das quais Arendit menciona estabelecem o equilíbrio das relações e evita irregularidades, o que não aconteceu nos Estados Unidos, as conseqüências destas irregularidades que aconteceram nos Estados unidos refletiram-se para o mundo em conseqüência da demanda e da oferta advinda daquele país. A diminuição do consumo que foi gerado por estes fatores

internos americanos afetou o PIB do mundo inteiro, já que os países exportadores que para ali forneciam não tiveram mais tal demanda para os seus produtos.

É uma cadeia impressionante de atos e fatos que dilacera o poder econômico das empresas e conseqüentemente da população. A queda das vendas, a diminuição do lucro, ou mesmo a quebra dessas empresas ocasiona demissões, inadimplimento e corrosão da capacidade de compra da população. As bolsas de valores perdem seus investidores que com tais realidades estão inseguros para depositar seus ativos em ações irregulares diante da bolha imobiliária. Ocorreu uma epidemia de calotes e hipotecas cobradas que, por sua vez, fez com que os títulos ancorados nessas hipotecas, que circulam no mercado, despencassem de valor, gerando um ciclo vicioso que levou a uma crise jamais vista.

É interessante perceber como a concessão de crédito irresponsável para devedores sem condições de pagamento, ou que logo com o aumento da taxa de juros, não a teriam condições ocasionou esta avalanche mundial.

A princípio o governo norte-americano não tomou as medidas necessárias e suficientes para a diminuição dos efeitos e impactos desta crise em sua economia, na medida em que bancos fortes como Lehman Brothers não foram assistidos com atitudes anti-crise pelas autoridades estatais americanas, assim, o quarto maior banco dos EUA decretou falência, gerando resultados tanto na economia interna daquele país como em todo mundo. No entanto, segundo Garcia (2002), a atual crise financeira não chegou às mesmas proporções da crise de 29, quando uma recessão global se arrastou por vários anos, devido ao caráter ativo dos governos, regulando a economia e estabelecendo novos patamares de taxas, prazos e juros, que tinham como objetivos comuns diminuir a desconfiança e o medo do consumidor e assim incentivar o consumo, fortalecendo bancos e empresas, quando não financiando a permanência de instituições economicamente fundamentais no sistema. Tais medidas foram eficazes para diminuir o impacto da crise no mundo e com isso acelerar a volta ao mercado de investidores, a retomada ao emprego de trabalhadores, o adimplimento junto às entidades financiadoras e a efetiva fluidez econômica nas empresas em geral.

O gráfico mostrado abaixo serve para demonstrar alguns números desta crise:



Gráfico 1 – Índice de desemprego mundial nos últimos anos.¹

As conseqüências alcançaram diretamente o trabalhador mundial, pois a desconfiança do consumidor trouxe a retração da demanda, diminuição da oferta, queda na produção e por fim a sucessivo quadro de desemprego. Tal situação acabou também por diminuir o poder aquisitivo mundial e arrasar com a capacidade de compra de muitas pessoas.

2.2 Conseqüências na Economia Brasileira

No Brasil, o primeiro sintoma da crise chegou às empresas eminentemente exportadoras, pois com a flutuação cambial o que se viu foi a desvalorização da moeda nacional junto ao dólar. Tal desvalorização aumentou a dificuldade de empresas que trabalham com o mercado exterior de se posicionar diante desta nova realidade, quando o mercado tradicional americano e europeu acabou por se fechar para seus produtos internos ou mesmo diminuiu o consumo de produtos advindos de países como o Brasil em conseqüências de medidas protecionistas estatais, ou mesmo do próprio custo do produto em face à queda do real.

Tribe (2003, p.327) já fala que:

¹ Fonte: Gráfico animado. Índice de desemprego mundial nos últimos anos. PORTAL EXAME EXPRESSO (2009). < <http://aeiou.expresso.pt/grafico-animado-recuperacao-fragil-da-economia-mundial-em-2010=f529853>>. Acesso em: 18/10/2009.

As taxas de câmbio são uma parte importante do quadro econômico de um país. A taxa de câmbio da moeda de um país está inextricavelmente ligada à balança de pagamentos. As mudanças na balança de pagamentos podem provocar alterações na oferta e na demanda da moeda e, conseqüentemente, nos movimentos de sua taxa de câmbio. Estes movimentos da moeda podem subseqüentemente provocar alterações nos padrões de exportação e importação, que, por sua vez, podem causar uma realimentação da balança de pagamentos.

As balanças de pagamentos também é uma das principais variáveis macroeconômicas monitoradas de perto por aqueles que elaboram as diretrizes governamentais. No caso da balança de pagamentos entrar em déficit insustentável, haveria uma alteração na política do governo para tratar do problema, causando repercussões no restante da economia.

Analisando este pensamento do qual o referido autor descreveu nesta citação, vemos a realidade em que o Brasil se encontrou na crise que se sucedeu, onde era exatamente este contexto de déficit na balança de pagamentos, e de elevação da taxa de câmbio, impulsionada pela desvalorização da moeda nacional e diminuição das exportações.

O cenário da balança é fundamental para o equilíbrio financeiro, Fernandes (2002) relata que as compras de moeda estrangeira devem ser iguais às vendas, ou seja, o balanço de pagamentos, como qualquer registro contábil, precisa estar sempre em equilíbrio.

A fragilização do mercado através do setor produtivo ocorreu na medida em que este foi afetado diretamente pela taxa cambial e pela estimulação do governo federal. Quando estas empresas envolvidas com as nuances do mercado diminuíram suas margens de segurança financeira, houve a efetiva fragilização do mercado. A conseqüência da fragilização em empresas nacionais foi a queda da lucratividade, ou mesmo a dificuldade em manter-se em atividade, cobrindo os custos da produção, da comercialização e de seus novos investimentos. Para tanto, no período pré-crise, as empresas recorriam as instituições bancárias fornecedoras de crédito para satisfazerem o quantitativo de produção necessário para abastecer o seu mercado consumidor, ou mesmo para sanar seus compromissos financeiros imediatos e até mesmo para ampliarem seu parque produtivo em prol da expansão da lucratividade.

Com a crise e a alarmante desconfiança que se espalhou no mundo e no mercado financeiro global, os bancos e as outras instituições financiadoras acabaram por dificultar o acesso ao crédito, temendo um inadimplemento

generalizado. Aumento da taxa de juros, diminuição do prazo para pagamento, aumento de garantias, foram medidas adotadas por estas instituições para se resguardarem diante deste novo contexto.

Frente a este contexto a ilustração abaixo demonstra as despesas que mais foram cortadas pelos consumidores brasileiros durante a queda.

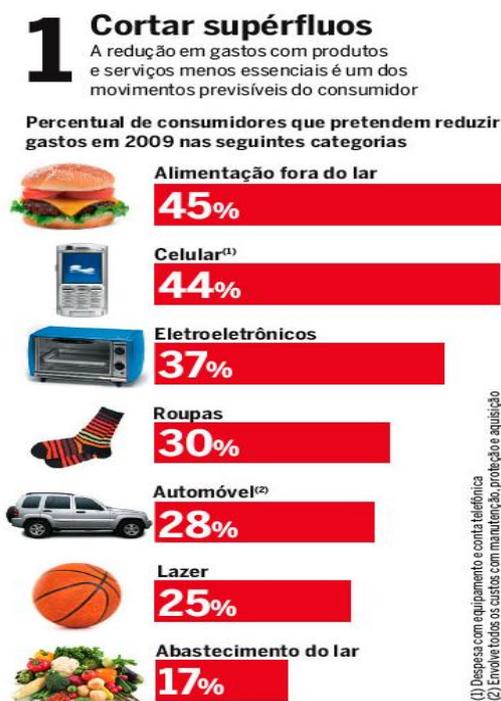


Figura 1 – Reação do Consumidor frente a Crise Econômica Mundial²

É exatamente o que acontece quando capacidade financeira da população diminui, o processo de corte de supérfluos toma de conta das pessoas, vemos então uma gradação onde a alimentação fora do lar encabeça com 45% e afeta até mesmo o abastecimento do lar. Mas o que devemos ressaltar nesta ilustração é principalmente os 25% que cortam o consumo do lazer, no qual está inserida a atividade turística.

Este reflexo contextualiza-se com uma série de fatores que formam o cenário da crise, é o que se pode chamar de ciclo vicioso da crise, quando os grandes bancos brasileiros diminuem a oferta de crédito e as empresas ficam sem capital de giro suficiente para manter sua produção. A queda de produção pelas empresas nacionais diminui a sua capacidade de venda e a conseqüente

² Fonte: PADUAN, Roberta. Para onde vai o dinheiro do consumidor. PORTAL EXAME (2009). <<http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0940/economia/onde-vai-dinheiro-consumidor-432331.html>>. Acesso em: 06/11/2009.

desestruturação no mercado, que a leva a diminuir seu quadro de pessoal. O desemprego então se torna uma via certa, e os desempregados e descapitalizados que quando em trabalho contraíram dívidas com suporte em suas receitas mensais, deixam de pagar ou saem em busca do crédito bancário, volta-se então para o início do ciclo vicioso da crise.

Diante desta realidade, o governo brasileiro tomou uma série de medidas com o objetivo de minimizar os impactos externos da crise no Brasil. O primeiro passo para a proteção da economia brasileira foi sem dúvida a busca incessante por parte do Banco Central do Brasil estabilizar a taxa cambial e deixá-la num nível aceitável para a sustentabilidade das empresas produtivas que trabalham diretamente de acordo com a relação dólar x real. Para isso, a venda de reservas internacionais do Brasil foi efetuada pelo seu Banco central com o intuito de irrigar o mercado de câmbio.

Como segunda medida adotada pelas autoridades financeiras brasileiras, o Conselho Monetário Nacional possibilitou às instituições financeiras a diminuição da reserva compulsória em face da liberação de crédito para empresas do setor produtivo, assim quebrando um pouco mais o receio bancário e injetando recursos para a produção nacional.

A Medida Provisória 443 foi editada em 22 de outubro de 2008 a fim de minimizar o impacto da falta de liquidez de crédito no Brasil provocada pela tempestade financeira mundial e assim garantir que os agentes. Esta medida autorizou o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal comprarem total ou parcialmente outras instituições financeiras.

Art. 1º O Banco do Brasil S.A. e a Caixa Econômica Federal ficam autorizados a constituir subsidiárias integrais ou controladas, com vistas ao cumprimento de atividades de seu objeto social.

Art. 2º O Banco do Brasil S.A. e a Caixa Econômica Federal, diretamente ou por intermédio de suas subsidiárias, poderão adquirir participação em instituições financeiras, públicas ou privadas, sediadas no Brasil, incluindo empresas dos ramos securitário, previdenciário, de capitalização e demais ramos descritos nos arts. 17 e 18 da Lei . 4.595, de 31 de dezembro de 1964, além dos ramos de atividades complementares às do setor financeiro, com ou sem o controle do capital social, observado o disposto no art. 10, inciso X, daquela Lei. (MP 443/2008)

Tendo assim um mecanismo de segurança, em razão de que os bancos privados que não pudessem suportar os efeitos a crise fossem resgatados pelos bancos oficiais.

Para corrigir as falhas de mercado e para manter as perspectivas de crescimento econômico, o Estado, através dos seus entes monetários foi forçado a adotar outras medidas para resgatar a produção e o consumo. Medidas fiscais foram desenvolvidas para se gerar expansão de capital e para se agregar valor econômico nas entidades empresariais. O incentivo que mais foi visível no Brasil, foi a redução das taxas de juros e dos impostos que incorrem diretamente em produtos com uma cadeia produtiva e mercadológica significativa.

A redução de IPI, imposto sobre produtos industrializados, foi a sensação do momento da crise. Quando esta taxa chegou até a zerar e os preços dos produtos dos quais ela atingia sofreram uma importante redução, trazendo um consumo em larga escala de tais produtos. Nunca se viu tantos carros novos sendo comprados em um período de tanta incerteza mundial. Assim também se sucedeu com outros produtos posteriormente, como: as motocicletas e os eletrodomésticos da linha branca.

A Fundação Getúlio Vargas destacou que os níveis da diminuição da pobreza e desigualdade social foram diretamente afetados pela crise mundial.

As taxas de pobreza e desigualdade no país permanecem praticamente no mesmo nível em que estavam antes de setembro de 2008. De acordo com os economistas da FGV, houve uma parada súbita na redução da pobreza e da desigualdade social, que vinha ocorrendo a um ritmo forte nos últimos anos, com uma média de 5 milhões de pessoas deixando a pobreza a cada ano.

Rocha e Barbosa (2009) trazem alguns dados da Fundação Getúlio Vargas e de outras instituições que mostram a situação do Brasil pré e pós crise. O Brasil viveu uma época de ouro, entre junho de 2003 e junho de 2008, quando a classe E (os pobres) teve redução de 39,5%. De junho de 2008 a junho deste ano, encolheu apenas 0,4%. A classe C cresceu 25,6% nos cinco anos até junho de 2008, enquanto que nos 12 meses seguintes, o crescimento foi de 1,8%.

Em relação às classes A e B, que representam o topo da pirâmide social, houve crescimento de 34,1% de junho de 2003 a junho de 2008. De junho de 2008 a junho deste ano, foi registrada redução de 2%. Para a FGV, a “fase de ouro” que o Brasil estava vivendo foi estagnada pelo auge da crise, que completa um ano no mês de setembro.

A Fundação Getúlio Vargas (FGV), utilizando-se de dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), destacou que em outros períodos de recessão

e crise econômica, o Brasil sempre teve piora na distribuição de renda e aumento da pobreza. Políticas anticíclicas, como afirma a fundação, ajudaram a proteger a base da pirâmide social. Uma dessas políticas foi a ampliação do programa Bolsa Família, que impediu que as pessoas ficassem desempregadas e se convertessem em novos pobres. No início da crise, o critério de acesso ao Bolsa Família aumentou de renda per capita de R\$ 120 para R\$ 137.

Os dados do Ipea indicam até uma pequena redução nas taxas de pobreza e desigualdade, mesmo durante a crise, apesar de em ritmo mais lento que nos anos anteriores.

Segundo o Instituto (2009), na média de outubro de 2008 a junho de 2009 em comparação à média de outubro de 2007 a junho de 2008, a taxa de pobreza caiu 2,8%. Nesse período, 503 mil pessoas saíram da condição de pobreza. No mesmo período de comparação, a desigualdade caiu 0,4%, conforme o Ipea. Tanto os dados do Ipea quanto os da FGV têm como fonte a Pesquisa Mensal de Emprego do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) nas regiões metropolitanas de Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre.

Para avaliar a desigualdade, é utilizado o Índice de Gini (que mede a concentração de renda e varia de 0 a 1, sendo maior a desigualdade quanto mais próximo de 1). A diferença é que a FGV leva em conta no cálculo da desigualdade tanto pessoas com renda positiva (assim como o Ipea) quanto aqueles sem renda.

Apesar das diferenças na metodologia, tanto FGV quanto Ipea defendem que, de maneira geral, a reação do Brasil à crise foi positiva e permitiu um desempenho melhor não somente em relação a crises anteriores, mas também a outros países.

A crise em 2009 produziu fortes resultados na economia do país, dados oficiais da Serasa informam que só de janeiro a setembro deste ano seiscentos e vinte e sete empresas fecharam as portas oficialmente. Tais dados nos mostram que a crise de fato chegou ao Brasil, afetou bancos, investidores, empresas e o consumidor em geral, mas que graças à uma política reguladora efetiva por parte do governo, não chegamos a um estado de recessão, e reagimos rapidamente face a bolha da crise mundial.

2.3 Características do Mercado Turístico durante a Crise Econômica Mundial

O Turismo é sem dúvida a atividade que mais vem ganhando expressão durante os últimos anos, dados da OMT já apontam o Turismo como uma das atividades mais imponentes do mundo, com receitas que superam setores fortíssimos do setor produtivo. Ela está presente nos cinco continentes e movimenta mais de meio milhão de pessoas em todo planeta.

Fernandes (2002) fala que:

O Turismo é uma atividade altamente sensível, e isto pode ser associado a fatores como variações da renda dos consumidores – os turistas – oscilações dos preços praticados pelo mercado, efeitos climáticos negativos, como terremotos, maremotos, instabilidades político-sociais dos núcleos receptores e, como não poderia deixar de ser, conflitos bélicos [...] Isto porque cada mais vez mais cresce o número de turistas que viajam pelo mundo, que anseiam conhecer novas culturas, novos hábitos e costumes, o diferente, o exótico, a aventura e, principalmente ocupar seu tempo livre com uma atividade que, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), através do documento intitulado “Tourism 2020 Vision”, movimentará, naquele ano 1 bilhão e 600 milhões de turistas.

Entre todas as definições de turismo, uma das mais completas segundo muitas literaturas é aquela elaborada por Wahab (p. 26, 1991):

O turismo é uma atividade humana internacional que serve como meio de comunicação e como elo de interação entre os povos, tanto dentro de um mesmo país como fora dos limites geográficos dos países. Envolve o deslocamento temporário de pessoas para outra região, país ou continente, visando à satisfação de necessidades outras que não o exercício de uma atividade remunerada. Para o país receptor, o turismo é uma indústria cujos produtos são consumidos no local, formando exportações invisíveis. Os benefícios originários desse fenômeno podem ser verificados na vida econômica, política, cultural e psicossociológica da comunidade

De fato, o turismo indústria do turismo é composto pelo conjunto de prestadores de serviços de determinado destino que atendam às variadas demandas dos turistas. E ainda, também por todo o conjunto de empresas responsáveis pelo transporte, alojamento e serviços que possibilitam a estada dos turistas na suas cidades destino.

São muitos os benefícios gerados pelo Turismo para o mundo. Com a vertiginosa ampliação de suas atividades ela é uma grande geradora de empregos por todo canto, contribui de forma fundamental para o equilíbrio da balança comercial de vários países, atinge qualquer tamanho de cidade, desde as menores

até as grandes metrópoles, além de não degradar o nosso ecossistema com tanta intensidade como é feito com outros tipos de atividades.

O turismo contribui para a produção nacional pela criação de uma procura suplementar, de origem interna e externa, que deve ser satisfeita pelo sistema produtivo do país, a não ser nos casos em que haja que recorrer à importação de bens e serviços por não serem produzidos localmente.

O valor dessa procura suplementar e a sua distribuição pelos diferentes ramos da atividade produtiva depende não só das características específicas das zonas turísticas receptoras e do grau do seu desenvolvimento econômico, mas também das características da própria procura turística.

Com efeito, a um dado volume de procura corresponderá um maior ou menor montante de receitas consoante seja maior ou menor o grau de desenvolvimento econômico do país ou da região visitada, o nível de preços aí praticados, a diversidade e qualidade da oferta turística existente ou a produção local de bens suscetíveis de interessar os visitantes a adquiri-los. O montante das receitas depende, também, da origem da procura turística, do seu poder de compra e de outros fatores que influenciam o nível de gasto dos visitantes. (CUNHA, 1997 p.245)

Sendo assim, o que se tem é a capacidade da atividade turística gerar riqueza, emprego e renda para um país e sua população. E os níveis de entrada de capital e de consumo de turistas acabam por trazer um saldo positivo na balança comercial deste país, melhorando assim os indicadores sociais e econômicos.

O turismo tem efeito direto e indireto na economia de uma localidade ou região. Os efeitos diretos são os resultados das despesas realizadas pelos turistas dentro dos próprios equipamentos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. Trata-se de um dinheiro que foi trazido pelo turista, mas que será gasto por outrem que o receberá do turista em primeira mão. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores dos serviços turísticos e similares. (BARRETTO, 1995)

Os investimentos de alguns países nos últimos anos em qualidade no serviço turístico acabaram por acelerar a sua economia e fortalecê-los perante o mercado mundial. A França é sem dúvida o destaque mundial, mas países como a Alemanha, EUA, Espanha e Portugal são grandes receptores e emissores de turistas. O Brasil é um grande receptor de turistas mundiais, os quais são predominantemente argentinos, seguidos por americanos e por portugueses.

A tabela apresentada abaixo serve para demonstrar como a atividade tem se desenvolvido em países como a Espanha.

Contribuição do turismo à economia espanhola

	2000	2001*	2002*	2003*	2004*
Preços correntes: milhões de euros					
Turismo receptor	36.414,5	38.565,6	38.204,5	39.619,6	41.346,3
Outros componentes do turismo	36.573,8	39.526,6	43.078,4	46.363,5	50.642,4
Total	72.988,3	78.092,2	81.282,9	85.983,1	91.988,7
Porcentagem do PIB					
Turismo receptor	5,8	5,7	5,2	5,1	4,9
Outros componentes del turismo	5,8	5,8	6,0	5,9	6,1
Total	11,6	11,5	11,2	11,0	11,0
Preços constantes (ano 2000= 100)					
Turismo receptor	100,0	101,5	96,8	97,3	97,9
Outros componentes do turismo	100,0	102,6	104,4	106,1	109,9
Total	100,0	101,5	100,1	101,2	103,4

Tabela 1 – Contribuição do turismo à economia espanhola.³

No entanto, todas as atividades econômicas foram e ainda estão sendo afetadas direta ou indiretamente pela crise. Quando destacamos que a interação da economia no mundo tornou inevitável o alcance da crise em países como o Brasil, isto também se valeu para as diversas formas de atividades econômicas. Quando a desconfiança tomou conta dos consumidores em todo mundo, estes ficaram receosos em utilizar suas reservas financeiras em bens ou serviços que não fossem essenciais para as suas necessidades.

Todas as análises apontam o turismo como setor como maior potencial em termos de geração de renda e de emprego no século XXI. Para usufruirmos desse potencial é necessário implementar uma política voltada ao turismo que contemple uma exploração sustentada nos nossos recursos naturais, com investimentos maciços em infra-estrutura e formação de mão-de-obra. (ARENDIT, 2000, p. 9)

Como se sabe o Turismo é uma atividade de interação, não é apenas um eixo sem conexão com outros braços do mercado, mas, uma engrenagem que

³ Fonte: Instituto Nacional de Estadística. Estudos da competitividade do turismo brasileiro: estudos de casos internacionais do setor de turismo: Espanha.
<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicaes/estudos_de_casos_internacionais_do_setor_de_turismo_espanha.pdf>. Acesso em: 23/10/2009.

depende de muitas micro-peças para funcionar. Também é notório que a atividade turística envolve um complexo de inter-relações, abrangendo diversas esferas de poder (federal, estadual e municipal) e, também uma estreita parceira com a iniciativa privada a qual cabe explorá-la (BEZZERRA, 2003). O movimento causado pela crise deu ao mercado uma incerteza e uma instabilidade tamanha que cada país acabou por valorizar seu mercado interno e a buscar um capital alternativo promovido pela dificuldade ao crédito, onde averiguo-se um afunilamento da capacidade de viajar.

Os resultados da crise para a economia mundial estão nos números, a desaceleração do crescimento mundial, o aumento da inadimplência, o desemprego, a ausência de crédito, e todos os outros dados que são o espelho da crise.

Os dados da Organização Mundial do Turismo - OMT (2009) apontam um declínio da atividade turística em todos os continentes. A crise mostrou seus resultados principalmente a partir do segundo semestre de 2008, quando se percebeu uma notória estagnação da demanda. Com a recessão americana, o Brasil, os demais países da América Latina, assim como a Europa sofreu um sério golpe na atividade.

BENI (2009) enumera uma série de dados coletados de algumas instituições que demonstram os impactos da crise no sistema de turismo. Dentre estes dados a Organização Mundial do Turismo – OMT previu uma estagnação do setor incluindo uma ligeira queda que poderia oscilar entre 1% e 2%. Afirma também que a Europa, junto com as Américas, seria a região mais afetada em termos de resultados gerais, já que a maior parte de seus mercados emissores já estava ou está entrando em recessão e, de fato, foi a única região que sofreu uma estagnação no ano de 2008.

Está então mais do que provado que os efeitos da crise no turismo foram vistos e sentidos por todo mundo. Porém, o que deixa os operadores e agentes turísticos mais satisfeitos é quanto ao grau de flexibilização, inovação e reestruturação que esta atividade sempre desempenha. O Turismo consegue se adequar às novas realidades com uma certa facilidade, após um período como este de crise intensa, a capacidade de crescimento e de captação de novas oportunidades é vista constantemente no Turismo, prova se dá pelos números que já vemos após o boom da crise.

Em agosto de 2009 foram 26.292 embarques e desembarques. 2.257 a mais que em agosto de 2008. As empresas aéreas do Brasil transportaram só em setembro 4.689 milhões de pessoas. Em 2008 foram ainda mais de três milhões e meio. Foi só a crise perder força para o turismo voltar a crescer. Em uma agência de turismo os destinos mais procurados nesta época são no exterior. Com preços mais em conta, agora é a hora certa para quem quer planejar uma viagem e quem sabe passar o ano novo há alguns quilômetros daqui (BENI, 2009).

Portanto, o turismo é uma atividade fundamental e globalizada, na qual a sua concepção envolve diversos setores da economia. Esta atividade deixou de crescer durante a crise em alguns lugares, e, em outros sofreu um decréscimo no número de turistas e conseqüentemente de renda que eles movimentam. Porém, com a recuperação da economia mundial, os dados já revelam a volta do crescimento do setor turístico. Verdadeiramente, planejar o Turismo é planejar o país inteirinho, direitinho, com a idéia de uma casa que tem de receber hóspedes. (Yázigi, 1999, p. 163).

3 LINHAS DE CRÉDITO PARA O TURISMO: desafios e perspectivas

Neste capítulo serão analisadas, sob a ótica do empreendedorismo, as linhas de crédito e as fontes financiadoras para o Turismo, buscando frisar os tipos, meios, desafios e perspectivas que estes recursos trazem ao empreendedor turístico brasileiro, além de, analisar os aspectos do amadorismo empresarial e da gestão financeira nas micro, pequenas e médias empresas.

3.1 Empreendedorismo

A análise do empreendedorismo parte da avaliação do perfil do empreendedor e de suas características que o fazem ser impulsionado a correr riscos. O empreendedor deve estar preparado com uma gama de conhecimentos e vivências, para poder se portar nas mais diferenciadas situações dos quais será colocado e para não ser surpreendido com as oscilações da vida e do mercado sócio-político e econômico. Conhecimento de mundo é apenas um dos ingredientes que devem compor este indivíduo.

CHIAVENATO (2008) define e exemplifica o ser empreendedor.

O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas, mas os membros da segunda ou terceira geração de empresas familiares e os gerentes/proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores. Mas o espírito empreendedor está também presente em todas as pessoas que – mesmo sem fundarem uma empresa ou iniciarem seus próprios negócios – estão preocupadas e focalizadas em assumir riscos e inovar continuamente.

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente, milhares de pessoas com esse perfil – deste jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais – inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. É essa força vital que faz pulsar o coração da economia.

Assumir riscos, responsabilidades e inovar é uma das características mais marcantes do empreendedor. Como diz Chiavenato (2008), este espírito não está dentro apenas de empresários, mas de toda pessoa que se propõe a estar na frente de um grupo, e de assumir uma posição de liderança. A responsabilidade de guiar e de decidir dá a este indivíduo o poder de gerar oportunidades e de acrescentar valores numa sociedade. É notória a diferenciação de perfil em que se encaixa o empreendedor, pois ele está sempre disposto a chamar para si as responsabilidades.

Bernardi (2007) elenca uma série de características deste empreendedor

- Senso de oportunidade
- Dominância
- Agressividade e energia para realizar
- Autoconfiança
- Otimismo
- Dinamismo
- Independência
- Persistência
- Flexibilidade e resistência à frustrações
- Criatividade
- Propensão ao risco
- Liderança carismática
- Habilidade de equilibrar “sonho” e realização
- Habilidade de relacionamento

Estas características dão exatamente a visão que se tem do empreendedor, na medida em que a capacidade de observar e não deixar passar as oportunidades, o domínio e a atitude para agir rapidamente em situações que se fazem necessárias, a confiança em si, a certeza que tudo que fizer dará certo e a sabedoria em ser flexível nas mais variadas ocasiões. Ser querido pelos seus liderados e ser habilidoso com as pessoas faz do empreendedor um elemento capaz de se impor a um grupo e a determinar o seu estilo de liderança e o seu poder de decisão.

O processo de identificar uma oportunidade, e criar algo de novo, a fim de agregar um valor e de gerar renda. A partir deste processo, o empenho, a devoção e o comprometimento devem ser os ingredientes para sustentar o ânimo deste agente e para fazer crescer a semente já plantada. Força e ousadia determinarão o terceiro passo do empreendedor, pois tolerância a tropeços e decisões críticas serão tomadas no caminho do sucesso (CHIAVENATO, 2008).

Assim como um ser humano tem seus estágios de nascimento, crescimento e amadurecimento, e nestes estágios se faz necessários certos cuidados específicos para que o seu desenvolvimento seja saudável, as organizações empresariais também necessitam de uma atenção e de medidas específicas a serem verificadas pelo empreendedor. Um bebê recém nascido é frágil, e por isso seus pais depreendem todos os cuidados e todo tempo para que esta criança não morra em seus primeiros anos de vida. A empresa quando nasce, também deve receber uma atenção extremamente especial, na medida em que o mercado externo é feroz e está ansioso para devorá-la, daí, a figura do empreendedor surge mais uma vez, para não deixar que ela se exponha a um perigo excessivo logo do seu nascimento, para inseri-la com as devidas cautelas e estratégias a fim de que ela se enquadre perfeitamente no seu lugar.

Com o passar do tempo e do amadurecimento desta organização, avanços são feitos, e chegam novas etapas, pois ela não precisa mais ser carregada nos braços, mas pode andar com suas próprias pernas, e assim pode cegar em lugares mais distantes e pular obstáculos antes intransponíveis. Nesta fase, novos investimentos, novos mercados e um novo patamar será alcançado pela empresa. Bernardi (2007) fala em estágios de desenvolvimento da empresa, e segmenta nas seguintes etapas: nascimento, existência, decolagem, maturidade, petrificação, manutenção ou crescimento.

Bernardi (2007, p. 76) faz também a caracterização de cada etapa citada acima. Ele descreve

O nascimento como o estágio que representa o primeiro e real teste da determinação do empreendedor e da viabilidade do modelo e do plano de negócios concebido anteriormente. Para melhor caracterização, ele será dividido em duas etapas, quais sejam: implantação e operacionalização. [...] Existência: esse estágio representa a continuidade do primeiro e real teste da determinação do empreendedor. Neste estágio, a empresa já apresenta sinais mais consistentes de viabilidade, o que significa novos passos que começam a ser delineados. [...] Decolagem: neste estágio, a empresa já provou sua viabilidade, o que significa que novos passos e decisões começaram a ser delineados.

Neste estágio, o empreendedor decide-se entre dois caminhos: ou se mantém no negócio e estabiliza-se, ou opta pelo crescimento. Nas duas situações, a empresa encaminha-se a um estágio de maior complexidade, que é a maturidade, essa, portanto, é segunda decisão difícil a ser tomada pelo empreendedor. [...]. Maturidade: caracteriza-se pela consolidação de controle dos ganhos do crescimento, alta complexidade operacional e estrutural, onde somente a descentralização do comando, controle e planos detalhadíssimo garantem o controle do retorno. Neste estágio, normalmente por esgotamento do mercado, a empresa prepara-se para a diversificação de negócios. [...]. petrificação: é um estágio típico das organizações no qual, por incapacidade de mudanças, lentidão, perda de criatividade e inovação em razão de excessiva burocracia elas não conseguem mover-se.

É importante salientar que, culturalmente, independentemente da burocracia do estágio e do porte, qualquer empresa pode estar neste estágio. O único antídoto é renovar o modelo e mudar; caso contrário, é o começo do fim.(BERNARDI, 2007)

Todos estes estágios são fundamentais no desenvolver da organização, pois um passo fora do lugar, ou em estágios errados pode levar ao fracasso da organização. Cada estágio que esta empresa passa significa um avanço em seus setores internos, e conseqüentemente, um ganho real para seus proprietários e colaboradores, pois na medida em que ela se desenvolve, os benefícios são passados gradativamente, e acabam por alcançarem desde o todo da pirâmide empresarial até aqueles dos níveis inferiores. São ganhos na esfera financeira e na auto-estima, pois cresce o valor do funcionário que trabalha numa organização de porte superior.

Degen (1989, p. 4) em uma análise do empreendedor e das organizações também fala em estágios de crescimento dizendo que nem todas evoluem igualmente, algumas saltam estágios, outras desenvolvem estágios paralelamente, outras, ainda, param de crescer e pouquíssimas chegam a percorrer todos os estágios. Este processo é visualizado com clareza no mercado turístico. Vê-se

inclusive empresas que já nascem com uma estrutura ampliada, e que acaba por situar-se em um contexto diferenciado.

A sociedade também deve lucrar com o desenvolvimento deste negócio, na medida em que, tal organização aumenta a sua capacidade de investimentos diretos e indiretos e aplica ações de sustentabilidade maiores.

O processo de gerenciamento do negócio deve ser adequadamente planejado. O plano de negócios é o primeiro e principal documento para dar início a este processo de planejar. Ele se constitui como um roteiro, um mapa no qual o empreendedor deve se ater para não se perder neste início de jornada, pois auxilia na diminuição dos erros e obtenção de investidores, fornecedores e parceiros.

O plano de negócios – business plan – descreve a idéia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros, dos negócios propostos, geralmente, para os próximos três ou cinco anos. Seu preparo permite a análise da proposta e a ajuda o futuro empreendedor a evitar um trajetória decadente que o levará do entusiasmo à desilusão e ao fracasso.

O plano de negócios movimenta todos os aspectos do novo empreendimento. Ele representa um levantamento exaustivo de todos os elementos que compõem o negócios, sejam internos – o que deverá ser produzido, como, onde, quanto – sejam externos – para quem produzir, qual é o mercado, quais são os concorrentes etc. (CHIAVENATO, 2008 p.133)

O levantamento exaustivo ao qual se refere Chiavenato, passa pelo processo de pesquisas de campo, benchmarking e uma análise profunda do terreno que nova organização estará pisando. Neste momento é que se terá a visão desde os aspectos macro da economia e do mercado que interferirão no novo negócio, até os micros aspectos, aspectos estes que passam desde o perfil do colaborador ideal, o público-alvo a ser alcançado, as metas anuais, mensais e diárias, os equipamentos e material físico que será utilizado, além do próprio cálculo dos custos fixos e variáveis, das margens de contribuição e de lucratividade que irão compor os preços dos produtos.

São muitos detalhes que compõem um plano de negócio, devendo responder diretamente às dúvidas e perguntas dos agentes externos e internos da organização. Quanto à empresa é preciso responder quem ela é, o que irá oferecer ao mercado, e a quem oferecerá os seus produtos, precisa também dar resposta quanto ao ponto de vista mercadológico, pois deve informar quem são seus concorrentes e qual será o diferencial da empresa. Sobre a estratégia deve dizer

para onde vai a empresa e como deve fazer para se chegar aos objetivos, no âmbito financeiro, a organização deve tomar os devidos cuidados quanto aos investimentos, taxas de retorno e sobre a controladoria, pois deve ser bem calculado quanto será necessário, quais as fontes de financiamento e ainda quais os resultados esperados.

Os recursos humanos de uma organização empresarial são a máquina propulsora da sua atividade, e uma devida contratação poderá ser o diferencial, ou até mesmo o ponto de sobrevivência deste negócio, devendo então mensurar qual a capacidade de gestão e de conhecimento e poder também calcular os riscos do negócio, pois o empreendedor que se dispõe a enfrentar o mercado competitivo e a disputar com outras organizações ou mesmo com seus próprios dilemas deve saber quais riscos está assumindo, para que estes estejam sempre em pauta, a fim de não ser em nenhum momento surpreendido. (BERNARDI, 2007).

Estes muitos elementos que compõe os estudos, pesquisas, planejamento e organização são fundamentais na estruturação no novo negócio, ou mesmo, na manutenção e crescimento dos já existentes.

Nos negócios turísticos, percebemos algumas individualidades e especificidades que o trazem a um nicho diferenciado no mercado. O turista está sempre cheio de ansiedades, expectativas e, os agentes turísticos devem oferecer produtos adequados a eles.

Para isso, na concepção de um negócio turístico, um amplo estudo deve ser feito, a fim de identificar as peculiaridades do seu campo de atuação, detectando em qual segmento do mercado turística irá se posicionar.

Segundo Drucker (1984, p. 133):

O planejamento estratégico é o processo contínuo de, sistematicamente e com maior conhecimento futuro contido, tomar decisões atuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias a execução dessas decisões e, por meio de uma retroalimentação organizada e sistemática, medir os resultados dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas.

Drucker (1984) procura salientar principalmente o que chamamos de fator essencial na gestão empresarial turística, ou seja, planejamento estratégico. Que irá posicionar a empresa turística no seu setor de atuação e regulará as ações no processo de reinventar a organização. O planejamento estratégico que hoje é desenvolvido por instituições públicas e privadas visa exatamente nortear os

gestores no processo de posicionar e reposicionar a empresa no ambiente mercadológico.

O Benchmarking é uma ferramenta de vital importância nesse processo. A busca por modelos e ações já introduzidas com sucesso, ou mesmo, o estudo de casos de fracasso com o intuito de se prevenir de perturbações que levaram outras organizações a ruína. Na busca das melhores práticas empresariais que mostram excelência, o gestor observa, analisa e procura reter para si e para o seu negócio, o que lhe trará bons resultados.

3.1.1 Amadorismo Empresarial

São muitas e diferenciadas as razões que levam uma empresa ao fracasso, desde a ausência de capital suficiente para a manutenção do negócio, de mão-de-obra desqualificada, planos governamentais prejudiciais à sua atividade até a incapacidade do gestor da empresa.

No quadro abaixo, veremos as principais características das empresas extintas e ativas, segundo o SEBRAE:

Fatores mais importantes para o sucesso de uma empresa, segundo proprietários/administradores das empresas extintas e ativas (Brasil)

Fatores mais importantes para o sucesso de uma empresa		
	Empresas	
	Extintas	Ativas
Bom conhecimento do mercado onde atua	49%	55%
Boa estratégia de vendas	48%	46%
Criatividade do Empresário	31%	45%
Ter um bom administrador	31%	27%
Aproveitamento das oportunidades de negócios	29%	43%
Uso de capital próprio	29%	29%
Empresário com persistência / perseverança	28%	36%
Capacidade de liderança do empresário	25%	28%

Reinvestimento dos lucros na própria empresa	23%	33%
Ter acesso a novas tecnologias	17%	23%
Capacidade do empresário para assumir riscos	15%	22%
Terceirização das atividades da empresa	5%	6%

Tabela 2 - Fatores mais importantes para o sucesso de uma empresa⁴

Estes dados são importantes para se visualizar os muitos fatores que envolvem a capacidade do empreendedor em gerir o seu negócio. Pode-se ver que pelo menos nove dos fatores supracitados dependem exclusivamente ou principalmente do empresário e de suas decisões. Se estas forem coerentes, as possibilidades de sucesso do negócio será bem maior.

Criatividade, boa gerencia diária, e muita perseverança são ingredientes que este indivíduo deve cultivar para que a sua organização ganhe novos mercados e supere os difíceis momentos iniciais, que são cercados de incertezas.

A falta de preparo do empresário, caracterizada pelo amadorismo tem características visíveis como a falta de uma gestão contábil-financeira; a não utilização dos recursos advindos da tecnologia da informação como suporte na operacionalização e na gestão do negócio; a seleção irregular dos recursos humanos. Estes elementos são condicionantes no mercado atual para o sucesso de uma micro, pequena ou média empresa, pois o cenário competitivo e globalizada não possibilita tal nível de ingerência e de amadorismo.

O fracasso pode estar ligado à falta de capital, ao mercado ou aos novos concorrentes. Mas em grande parte das situações, o motivo principal é o próprio empreendedor, que, por falta de qualidades como persistência, cultivo da criatividade e percepção para as oportunidades, não leva a empresa ao cumprimento de seus objetivos. Concentra-se na criação do empreendimento, porém sem o necessário planejamento e as boas doses de paciência e dedicação. Esse amadorismo empresarial, geralmente, leva ao prejuízo. O verdadeiro empreendedor é aquele que imagina, desenvolve, executa, tem visões futuras da organização da empresa, iniciativa, confiança e acredita em suas metas, bem como se vê capaz de controlar a

⁴ Fonte: SEBRAE. Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil. <
[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/9A2916A2D7D88C4D03256EEE00489AB1/\\$File/NT0008E4CA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/9A2916A2D7D88C4D03256EEE00489AB1/$File/NT0008E4CA.pdf)> . Acesso em: 3 nov.2009.

si mesmo e às dificuldades internas para vencer as externas. (PRATES, 2006)

A internet, a aviação e todos os outros recursos da comunicação atual ligaram o mundo de tal maneira que uma empresa local brasileira acaba por competir com outros milhares de empresas espalhadas pelo mundo. No entanto, não deve o empresário se desanimar diante desta realidade, mas, por sua vez, buscar incrementar sistemas de gestão que garantam a credibilidade de sua organização e permitam o acesso fácil pelos seus consumidores, com o intuito de fortalecer-se diante do mercado externo e de agregar valores sociais e locais no seu negócio. Prates foi bem conciso em trazer para a discussão algumas características importantes do verdadeiro empreendedor, pois ser criativo não basta, se deve buscar o desenvolvimento e a execução das ações que levarão às metas estabelecidas. Pois o empreendedor que não vive no amadorismo tem metas a serem alcançadas.

Na administração de recursos, decisões interferem diretamente no resultado da empresa. A escolha de fonte de capital dá um ou outro direcionamento ao negócio.

Hummel (1995, p.26) afirma que de nada adianta existir alternativa excepcionalmente rentável se o capital mais o capital que se conseguirá com terceiros não é suficiente para cobrir as necessidades de capital desta alternativa.

Sendo assim, segundo a visão deste autor, não adianta buscar fontes alternativas de terceiros para financiar um produto, serviço ou mesmo a construção de um negócio se, a união deste tipo de capital somado com o capital próprio não for suficiente para compor as necessidades financeiras da empresa. Para isso, a análise do custo do investimento e da manutenção da atividade volta a cena. Havendo amadorismo empresarial e conseqüentemente a falta dos estudos de viabilidade econômica a obtenção de recursos externos poderá ser insuficiente para o sucesso do negócio.

Por isso Santi Filho (1997, p. 29), falando de estratégia empresarial afirma que no que se refere à estratégia empresarial é preciso conhecer a missão ou as metas a que se propõem a empresa.

3.2 Linhas de Crédito e Fontes Financiadoras

Todo negócio para ser iniciado depende de um investimento, é o que se chama de investimento inicial. Tal investimento é utilizado para montar a estrutura física, máquinas, equipamentos e utensílios e para formar o chamado capital de giro, aquele que vai manter os custos fixos e variáveis que movimentam a empresa.

Um dos aspectos mais importantes na constituição de uma empresa é a fixação do capital mínimo e indispensável para iniciá-la e a obtenção desse capital. É com o capital inicial que a empresa tem condições de reunir os recursos empresariais necessários ao funcionamento, sejam eles recursos humanos, materiais ou financeiros. Assim, a fixação do capital é o que determina o volume de recursos empresariais com o qual a empresa pode contar. Obviamente, quanto maior o volume de recursos empresariais, mais fácil será o funcionamento da empresa. (CHIAVENATO, 2008, p. 84)

A fixação do capital inicial a que se refere Chiavenato é exatamente este ponto de tangência do novo empresário, pois ele deve mensurar os custos do seu negócio afim de encontrar o ponto de equilíbrio onde sua empresa se sustentará.

O capital inicial precisa assegurar a esta empresa um sustentação até o início de suas atividades e até mesmo até os primeiros retornos e recebimento das primeiras vendas e/ou serviços. Todo negócio precisa destes tipos de capitais fixos e de giro.

Para se iniciar um novo negócio é necessário que sejam feitos estudos quantitativos e qualitativos. Os estudos qualitativos já foram abordados nos capítulos anteriores, agora, precisa-se frisar a indispensabilidade de um estudo criterioso e real sobre a viabilidade econômica do negócio. É a hora de se trabalhar com os números, e levantar as estimativas de investimentos necessários, volumes de compra e de venda, cronograma de desembolso, capacidade de atendimento, previsão de resultados dentre outros.

De posse da quantificação global, dos investimentos e do cronograma de desembolsos, o que inclui genericamente todos os custos, até que as primeiras vendas sejam recebidas, define-se a forma de financiamento. Isso pode ser feito mediante capitais próprios na totalidade, ou de parte em recursos de terceiro, de curto prazo ou de longo prazo, como disponíveis. Uma vez iniciada a operação, a necessidade de capital de giro, quando não dimensionada no investimento global, será coberta por empréstimos a curto prazo ou desconto de duplicatas. Esse ponto é fundamental, uma vez que há uma tendência somente ao enfoque do capital fixo. (BERNARDI, 2007, p.75)

No estudo antecipado das viabilidades econômicas do negócio é que se quantifica, segundo Bernardi, o nível dos investimentos e as fontes que serão utilizadas para tanto. Mas, o uso de capital próprio ou de terceiros vai diferenciar nos cálculos financeiros a serem aplicados, pois o levantamento dos custos trará ou não o acréscimo advindo das taxas e juros das fontes de financiamento externo.

Neste contexto decisório, as dúvidas e incertezas pairam a mente dos novos investidores, pois não há com acertar qual será a resposta exata da empresa na sociedade, assim, o que se faz são previsões dentro de estudos mercadológicos globais e de pesquisas in loco para se chegar o mais próximo possível do resultado real.

GESLENE (1999, p. 131) traz à tona a realidade do investido na hora do risco do investimento:

A capacidade de previsão do futuro que se espera do dirigente de empresa está, sem dúvida, fundada num conhecimento ainda muito imperfeito do universo econômico. A aleatoriedade do clima, os acontecimentos políticos e sociais e as descobertas científicas são exemplos que ressaltam o caráter fundamental da incerteza.

Entretanto, diariamente, decisões de investimento são tomadas nessas condições, e deverão sempre ser tomadas, sendo este o preço a pagar para manter a empresa no mercado. Para isso, o dirigente de empresa deve, como veremos, assumir riscos: o risco de fracasso do investimento é um deles. É este risco que o dirigente de empresa vai se esforçar em reduzir. Tentando prever, quando não influenciar, a evolução futura dos elementos determinantes da rentabilidade de seu investimento.

Quatro elementos têm influência determinante sobre a rentabilidade de um projeto de investimento: o montante das receitas anuais, os custos anuais, a vida útil do bem investido, e o nível de rentabilidade dos fluxos de caixa do projeto. (GESLENE, 1999, p.131)

Neste processo de investimento, o empreendedor teve ter muita cautela, mas acima da cautela deve estar cercado de precauções estatísticas fortes para tanto. O autor enumera os elementos que tem influência direta no sucesso do projeto, mas é sabido que além destes fatores determinantes e diretos, outros fatores também podem alterar o clima organizacional, ou mesmo, o cenário do mercado global. A crise econômica gerada pela concessão de créditos imobiliários irresponsáveis nos Estados Unidos se alastrou por todo o planeta e arruinou economias mais frágeis. O Brasil também sofreu reflexos desta crise, e os investidores que não estavam preparados para tal turbulência, tiveram que reinventar para não chegar ao fracasso em seus investimentos.

Uma das tarefas cruciais do administrador financeiro é tomar as decisões de financiamento, escolhendo o seu valor, custo e cronograma de pagamento apropriado à situação específica da empresa. (SANTOS, 2009). Portanto, o administrador não deve ser um sonhador, e deixar que a ilusão, e os lucros e rendimentos irreais tomem conta de si, pois neste caso, ele comprometerá a empresa com algo que ela não pode custear.

Sabe-se da dificuldade imposta pelo mercado, que muitas vezes impõem barreiras para a aquisição deste capital. A crise intensificou tal dificuldade, ocasionada pelo aumento do risco de inadimplência. Neste contexto, as micro e pequenas empresas são as mais rejeitadas na oferta de créditos.

As dificuldades de financiamento na economia brasileira decorrem do custo elevado e das fortes restrições de acesso ao crédito. Essa situação limita a capacidade de crescimento das empresas por duas razões: por não terem acesso a serviços financeiros à altura de suas necessidades – para aquelas que conseguem estabelecer relação permanente com os bancos – por transferirem significativa parcela de sua renda ao setor financeiro na rolagem de suas dívidas, por conta de taxas de juros muito elevadas. (SEBRAE, 2004, p. 17)

Estas restrições que os autores colocam, são visíveis no mercado, onde as micro e pequenas empresas tem uma série de barreiras impeditivas de conseguir o crédito, pois as linhas menos onerosas e com mais prazos dependem de requisitos que a maioria das empresas não possuem.

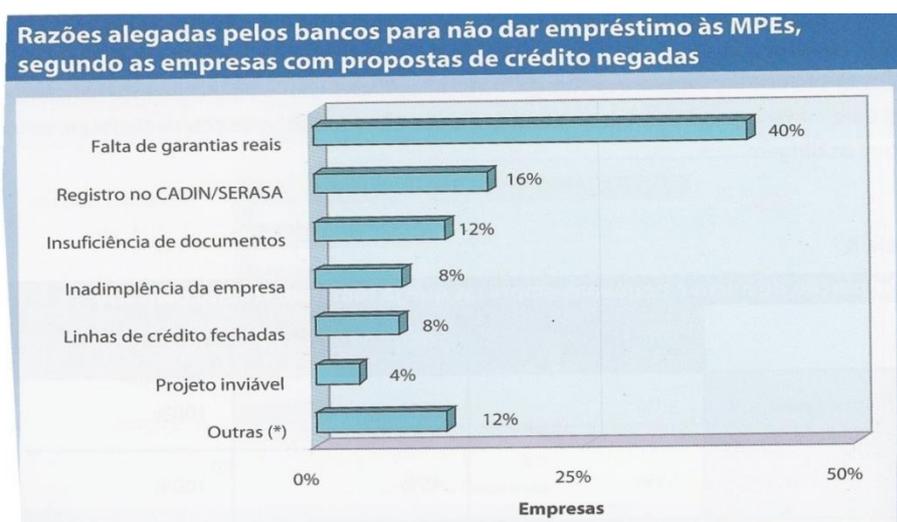


Gráfico 2 – Razões alegadas pelos bancos para não dar empréstimo às MPEs, segundo as empresas com propostas de crédito negada⁵.

⁵Fonte: SEBRAE. Sistema Financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas. Brasília: Sebrae, 2004. p. 30.

Por não terem acesso a este tipo de crédito mais barato, as micro e pequenas empresas tem que criar meios de acessos a algum tipo de crédito, mesmo os mais caros. Isso acaba por levarem a aquisição de empréstimos pessoais. Estes créditos em sua maioria são disponibilizados com mais facilidades pelas instituições financeiras, assim, as contas da empresa do micro e pequeno empresário são pagas por este tipo de crédito, como é visto no gráfico abaixo:

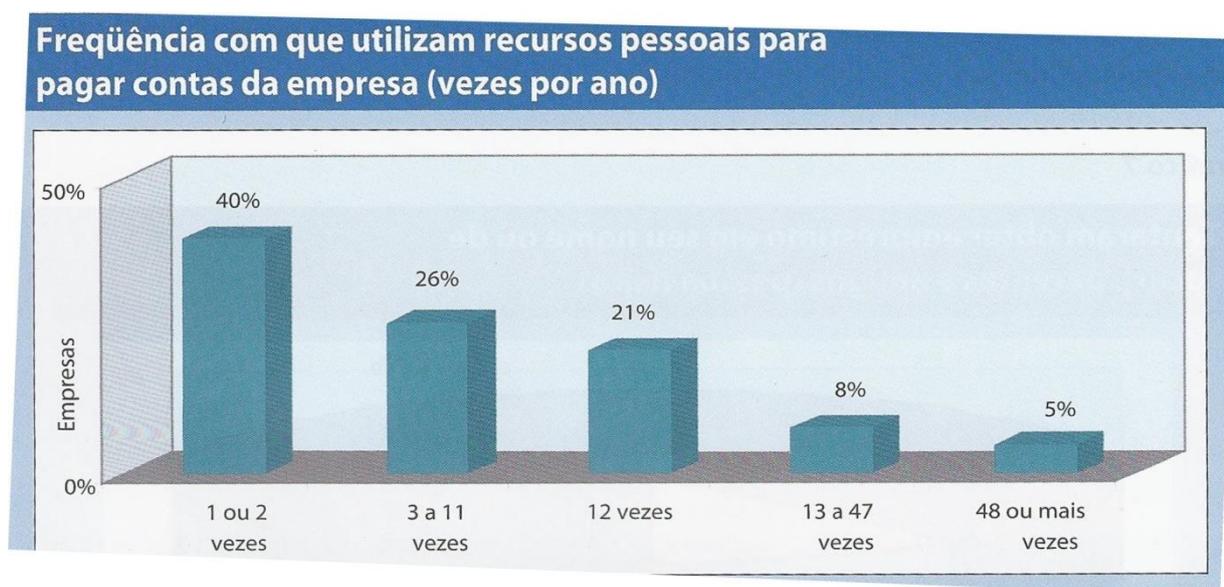


Gráfico 3 – Freqüência com que utilizam recursos pessoais para pagar contas da empresa vezes por ano⁶.

A utilização deste crédito mais fácil onera a empresa, pois as taxas e os prazos são mais apertados, e a possibilidade de uma avalanche de taxas fica latente.

As empresas nascentes, como já foi visto, dependem de um investimento inicial, e as fontes são as mais diversas possíveis para constituir este capital inicial e assim dar o pontapé no negócio.

Ao nascer, cerca de 90% das MPEs contam com recursos pessoais de seus donos e de sua família. O empreendimento inicia-se com um ou dois sócios-proprietários e com o tempo, se for bem-sucedido, amplia o número total de pessoas ocupadas para quatro ou cinco pessoas, incluindo os sócios-proprietários. Nessa fase inicial, a obtenção de empréstimo bancário é

⁶ Fonte: SEBRAE. *Sistema Financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas*. Brasília: Sebrae, 2004. p. 30.

verificada em apenas 6% das empresas. Trata-se de um indicativo de que, já no momento da constituição, as empresas nascentes enfrentam grandes dificuldades para obter financiamento. A ausência de um histórico de atividades, a documentação muitas vezes incompleta e as dificuldades inerentes à gestão do negócio nos seus primórdios praticamente impedem o acesso dessas empresas ao uso de empréstimos bancários tradicionais. (SEBRAE, 2004)

Com o acesso dificultado por todas aquelas razões já citadas acima, os novos empresários recorrem às suas próprias reservas financeiras ou mesmo da família para investirem no novo negócio.

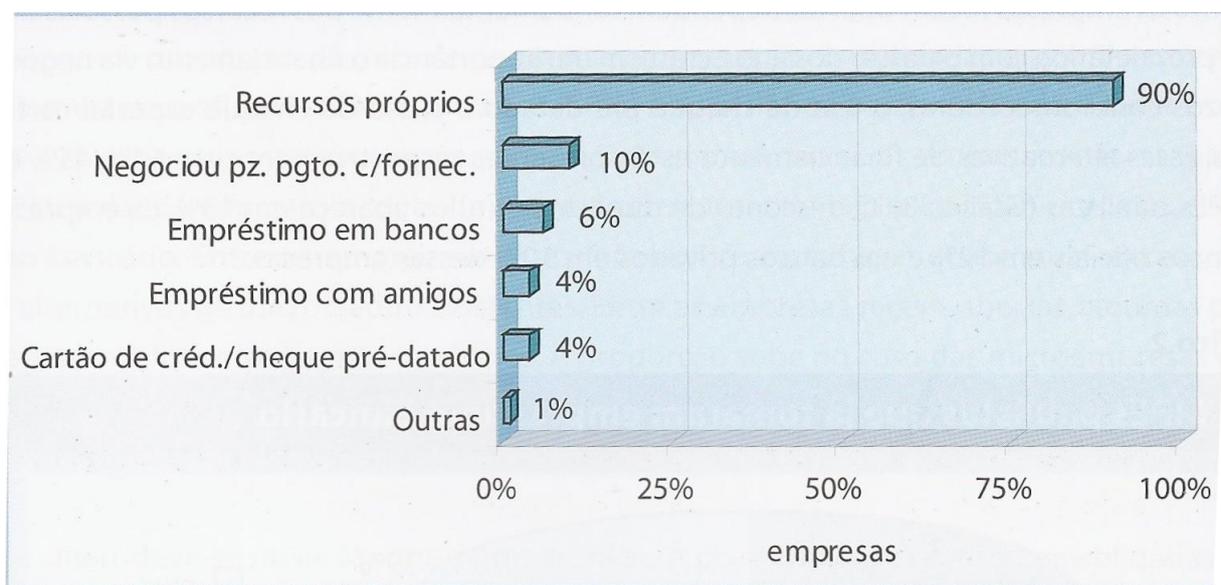


Gráfico 4 – Fonte dos recursos utilizados para montar a empresa nas MPEs⁷.

O capital de terceiros é sempre carregado de custos agregados, como a manutenção de contas, juros nominais e taxas fixas ou variáveis cobradas pelas instituições financiadoras. Tais capitais são classificados de três formas diferenciadas pelo prazo de suas operações, podendo ser de curto, médio ou de longo prazo.

Os créditos de curto prazo são aqueles cuja operação ocorre dentro de um ano. Estes são em suma para gerar capital de giro nas empresas, movimentando suas vendas e/ou pagando compromissos financeiros também de curto prazo. Eles são em suma os mais utilizados por pessoas físicas e jurídicas,

⁷Fonte: SEBRAE. Sistema Financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas(2004 p .47).

pois ao precisam de garantias reais e, em regra, tem um acesso mais facilitado. Com a crise econômica mundial, e o conseqüente aumento dos riscos das operações financeiras, os bancos dificultaram o acesso a este tipo de capital.

Serão citados aqui alguns exemplos deste tipo de crédito.

Descontos em duplicatas:

O banco antecipa à empresa o valor da duplicata ou do cheque pré-datado, mediante um desconto sobre o seu valor nominal, não assumindo o risco pelo seu pagamento. Caso o sacado (devedor do título) não pague o título no seu vencimento, o banco debitará na conta corrente da empresa (cliente) o valor nominal do título. (SEBRAE, 2009)

Neste primeiro caso, a empresa antecipa o recebimento de algum título de crédito a fim de ter logo um capital de giro para movimentar suas atividades, porém, a instituição financeira que antecipa tais valores cobra as taxas desta operação. Este tipo de crédito também é visto sendo aplicado em pessoas físicas, não com a mesma nomenclatura, mas com os mesmos sistemas e propósitos, acontece quando uma pessoa antecipa, por exemplo, o seu décimo terceiro salário. BERNARDI (2007) fala em uma cessão de direitos pela empresa sobre valores a receber dos seus clientes e paga antecipadamente os juros e desconto bancário de praxe, recebendo recursos com relativa rapidez.

Outra forma de crédito de curto prazo são os famosos CDC's, tão usados pelas pessoas físicas, poderem ser feitos, mesmo, a necessidade de um contado com o gerente, mas apenas via atendimento eletrônico, o crédito direto ao consumidor também é utilizado por pessoas jurídicas. Mas neste contexto a instituição financeira é intermediária da compra e venda entre o consumidor e a empresa vendedora. O consumidor efetua a compra e este assina o contrato de financiamento, logo a instituição financeira efetua o pagamento à empresa vendedora. A garantia deste tipo de operação esta no produto adquirido pelo consumidor, esta modalidade de crédito é vista com bastante clareza nas compras de automóveis.

Outros tipos de financiamento de curto prazo são os cheques especiais, as contas garantidas dentre outros. Todas estas fontes são comumente utilizadas pelas empresas turísticas para movimentar seus negócios. Quando, por exemplo, determinada agencia de emissivo tem que dispor de um pacote com pagamentos antecipados aos fornecedores e esta não possui capital suficiente para oferecer tais serviços a uma demanda certa, ela recorre às instituições financeiras para que

garantam a execução dos serviços e quando do pagamento pelos clientes a empresa quita seus compromissos financeiros.

Já os financiamentos de médio e longo prazo têm características de concessão, taxas e de utilização pelas empresas diferenciadas. Eles são créditos concedidos com prazos de pagamento superiores a seis meses ou um ano.

A empresa que busca este tipo de capital visa efetuar iniciar suas atividades, ou criar novos produtos e criar novas oportunidades de aumento de lucratividade. Tais recursos podem ser captados em instituições nacionais ou mesmo em organismos internacionais. Os recursos nacionais são em regra, direcionados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), o órgão do Governo Federal, é hoje o principal instrumento de financiamento de longo prazo para a realização de investimentos em todos os segmentos da economia, em uma política que inclui as dimensões social, regional e ambiental.

O apoio do BNDES se dá por meio de financiamentos a projetos de investimentos, aquisição de equipamentos e exportação de bens e serviços. Além disso, o Banco atua no fortalecimento da estrutura de capital das empresas privadas e destina financiamentos não reembolsáveis a projetos que contribuam para o desenvolvimento social, cultural e tecnológico. (BNDES, 2009)

Este órgão tem concedido crédito a uma série de empresas que tem se destacado no mercado nacional, ele atua através de seus agentes financeiros, que podem ser públicos ou privados ou mesmo diretamente.

As linhas, programas e fundos definem as condições financeiras aplicáveis aos financiamentos do BNDES e refletem as prioridades estratégicas do Banco, em conformidade com Programas e Políticas Públicas do Governo Federal.

As linhas de financiamento têm caráter permanente e aplicam-se a empresas de múltiplos setores de atividade.

Os programas têm caráter transitório, e estabelecem condições particulares de aplicação de uma linha de financiamento, apenas para um determinado segmento de atividade econômica, dentro de uma dotação orçamentária limitada e de um prazo de vigência definido.

O apoio a projetos com recursos dos fundos administrados pelo BNDES também se destina a setores específicos de atividade. Em alguns casos, o apoio pode ser da modalidade não reembolsável. (BNDES, 2009)

Como retrata a informação do órgão, os programas seguem as políticas públicas do governo e direcionam os capitais ao setor e às atividades em que os governantes brasileiros acreditam ser mais benéficas ao país, ou

seja, aquelas que irão gerar crescimento, riqueza e conseqüentemente, a diminuição da pobreza e dos índices de desempregos.

Para o turismo, o governo federal, seguindo um padrão internacional, disponibilizou nos últimos anos várias linhas e programas, no intuito de fomentar tal atividade.

Tais linhas de crédito tem características diferenciadas de acordo com o volume de capital financiado, assim como, os prazos de reembolso, a aplicação e etc.

Serão citados agora os programas, linhas e fundos dos quais as empresas do setor turístico pode fazer uso de acordo como o portal do Ministério do Turismo. O primeiro programa é o Fundo Geral do Turismo, cuja destinação é o fomento e a provisão de recursos para o financiamento da atividade turística, tais como obras para modernização, reforma e ampliação de empreendimento. A sua utilização é feita na aquisição de máquinas e equipamentos novos e serviços de finalidade do turismo. Este programa visa atender especificamente as empresas do setor turístico com encargos pós-fixados e estabelecidos de acordo com o prazo da operação. O Fungetur financia investimento de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) a R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) e tem como termo temporal para reembolso 240 meses. Tal fundo é operado pela CEF (Caixa econômica Federal e atua em todo o território nacional (BRASIL, 2009)⁸.

Este fundo disponibilizado em todo Brasil visa o atendimento de grandes investimentos turísticos que são capazes de transformar situações turísticas em uma localidade.

O PROGER, Turismo Investimento tem como objetivo principal a geração ou mesmo a manutenção de empregos no setor turísticos, pode ser utilizado na composição de investimentos fixos ou mesmo com capital de giro associado. Este programa é destinado especificamente às micro e pequenas empresas, com faturamento bruto anual de até R\$5 milhões, da cadeia produtiva do setor de turismo. E tem como limite de retirada R\$300 mil para empresas com faturamento bruto anual de até R\$3 milhões e R\$400 mil para

⁸ BRASIL, Ministério do Turismo. Linhas de Crédito para o Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/fomento_iniciativa_privada/linhas_credito.html>. Acesso em: 10 out. 2009.

empresas com faturamento bruto anual entre R\$3 milhões e R\$5 milhões, já incluído capital de giro associado. As taxas de juros deste programa é pós-fixada e o prazo para pagamento pode variar de acordo com o objeto do financiamento, podendo chegar até a 120 meses, incluídos até 30 meses de carência. Os bancos que trabalham com este programa é o Banco do Brasil e o Banco da Amazônia, atendendo ao mercado nacional (BRASIL, 2009).

O Programa Proger Turismo e investimentos tem como foco principal o emprego e a renda das pessoas envolvidas na atividade turística, e por isso, se faz necessário uma demonstração de receita e de empregos formais gerados ou mantidos para a obtenção do crédito.

Já o Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste – FNE, através do Programa de Apoio ao Turismo Regional (PROATUR) é uma linha de crédito que tem com prazo máximo 12 anos, já incluído possíveis 4 de carência, o fator determinante desta estimulação de prazos será a capacidade de pagamento do projeto e suas taxas de juros são pré-fixadas de acordo com o porte da empresa e tem bônus de adimplência para a empresa contratante. Este tipo de crédito financia a implantação, ampliação, modernização e a reforma de empreendimento do setor do turismo na região Nordeste. Este fundo também tem como pressuposto a composição de garantias reais que dão a segurança à operação. O Banco do Nordeste faz a gestão deste crédito e disponibiliza para a sua área de atuação nacional (BRASIL, 2009).

As características principais na utilização deste fundo são exatamente a condição de pré-fixação de taxas e a possibilidade de carências que desafogam o custo do negócio nos primeiros momentos após o investimento. Mas, muitos empresários do setor turísticos tem dificuldade de obter crédito a partir deste fundo pela ausência de garantias reais.

As redes de instituições financeiras operam outra linha de financiamento que pode ser utilizada pelos empreendedores turísticos, o BNDES Automático, ele financia a realização de investimentos até 10 milhões de reais e se caracteriza por ser um crédito de longo prazo que pode ser utilizado na implantação, ampliação, recuperação e modernização de empreendimentos turísticos, incluindo obras civis, montagens e instalações, aquisição de equipamentos novos de fabricação nacional e capital de giro associado ao projeto. Os prazos de carência e total são definidos pela

instituição financeira credenciada em função da capacidade de pagamento do empreendimento e as garantias podem ser reais e pessoais, negociadas entre a instituição financeira credenciada e o cliente. Esta linha atua em todo território nacional e o Banco do Brasil, Banco da Amazônia, Banco do nordeste e a Caixa Econômica Federal fazem o gerenciamento deste recurso (BRASIL, 2009).

O BNDES automático tem ampla atuação e um excelente limite de crédito para as empresas do turismo que dispõem desta fonte para custear seus negócios. Investimentos em construção civil de hotéis e pousadas, de agências ou de outra empresa do turismo podem ser feitos. É interessante uma pesquisa mais intensa quando for utilizado, pois as taxas de juros e prazos de pagamentos e carências podem variar de acordo com a instituição gestora.

O Banco Nacional do Desenvolvimento – BNDES também disponibiliza diretamente ou por meio de instituições financeiras credenciadas, o BNDES FINEM – Financiamento a Empreendimentos, para realização de investimentos superiores a R\$ 3 milhões. Ele é uma crédito de longo prazo para realização de investimentos para implantação, expansão da capacidade produtiva e modernização de empresas, incluída a aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, bem como a importação de maquinários novos, sem similar nacional e capital de giro associado. Atua com taxas pós-fixadas e tem prazos determinados em função da capacidade de pagamento do empreendimento, da empresa ou do grupo econômico, suas garantias podem ser reais e pessoais, negociadas com o BNDES (operação direta) ou com a instituição financeira credenciada (operação indireta) e está disponível para empreendimentos turísticos localizados em todo o território nacional (BRASIL, 2009).

Esta fonte se diferencia das demais já citadas na possibilidade real do empreendedor ir diretamente ao fornecedor do crédito e assim conseguir taxas mais acessíveis e condições mais agradáveis de pagamento, mas caso tenha um contato e um relacionamento mais refinado com outra instituição credenciada para operar tal linha pode assim fazê-lo.

O BNDES FINAME – Máquinas e Equipamentos financia a aquisição isolada de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, e capital de giro associado, por intermédio de

instituições financeiras credenciadas, tendo taxas de juros pós-fixada e prazos de carência e de amortização definidos em função da capacidade de pagamento da empresa, respeitado o prazo total máximo de 60 meses. Nesta linha as garantias são negociadas entre a instituição financeira credenciada e o cliente e atende aos empreendimentos turísticos localizados em todo o território nacional (BRASIL, 2009).

As peculiaridades vistas nesta linha de crédito é a diminuição de prazos para a amortização em relação as outras já mencionadas aqui e financia produtos específicos e nacionais, objetivo o incentivo não só da atividade turística, mas também dos fabricantes nacionais.

Para a aquisição de crédito rotativo o Cartão BNDES é a linha mais apropriada, pois este é pré-aprovado e pode chegar até a R\$ 500 mil e tem por fim a compra de bens pela internet.

A taxa de juros variável informada pelo BNDES e os prazos para amortização varia de 3 a 48 prestações mensais, fixas e iguais (sujeito a consulta junto ao banco emissor) e as garantias são negociadas entre o banco emissor e o cliente na análise de crédito para concessão do cartão.

O Fornecimento dos produtos deve ser feito por empresas fabricantes de máquinas, equipamentos e outros bens de produção que tenham fabricação total ou parcial no Brasil e a sua emissão é feita por instituições financeiras autorizadas pelo BACEN a operar cartão de crédito, aprovadas pelo BNDES e responsáveis pela emissão do Cartão BNDES e pelo risco da operação, entre as quais o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal (BRASIL, 2009).

Esta operação se caracteriza pela melhor e maior disponibilidade do crédito, pois o crédito é pré-aprovado e as garantias são negociáveis. Para ter este crédito, a empresa do setor turístico deve buscar operadoras de cartões de crédito, como o Banco do Brasil e a Caixa e pleitear tal capital para a aquisição de produtos, máquinas e outros bens nacionais, afim de compor uma cadeia de ganhos, pela atividade turística e pelo setor produtivo.

O processo de contratação destas linhas de crédito de longo prazo é longo para o empreendedor que está ansioso em ter logo o capital disponível para seus investimentos e para a concretização de seus sonhos. Do primeiro

contato com a instituição financiadora até a aprovação e disponibilização do recurso para o empreendedor são muitas as fases.

A descrição do processo de financiamento será aqui abordado, procurando indicar os caminhos e os requisitos para a obtenção do crédito.

Quase todas as instituições financiadoras públicas e privadas requerem do empreendedor um projeto de financiamento, que inclui toda a documentação exigida para o contrato, assim como uma demonstração da capacidade de pagamento da empresa tomadora do crédito e suas garantias que darão segurança ao banco caso haja um inadimplemento por parte da empresa. Geralmente, elas tem uma lista de projetistas já credenciados que conduzem o processo, e que tem seu percentual de ganho no projeto.

Existem custos neste processo inicial, são certidões, taxas, registros que devem ser feitos para a aquisição do crédito.

3.3 Desafios na Gestão Financeira das MPME's

As micro e pequenas empresas tem vários desafios, competir com organizações de médio e grande porte que já estão consolidadas no mercado é o primeiro de muitos dos desafios a serem enfrentados por estas empresas.

No processo de formação de uma micro e/ou pequena empresa, o empresário deve ter bastante critério em todas as fases e estágios da mesma, pois a falta de profissionalismo e principalmente de organização e padronização pode levar à desorientação desta empresa e sua conseqüente queda.

Bulgacov (1999, p. 219) descreve que:

A forma de gerenciar os negócios e as finanças nas pequenas e médias empresas – PMEs – tem mudado significativamente nos últimos anos devido ao aumento na competição, as novas estratégias e estruturas de negócios, ao crescimento dos meios de comunicação e informação, à transformação na tecnologia gerencial e às mudanças na sociedade como um todo.

Essa nova forma de gerenciamento descrita por Bulgacov acaba por fazer nascer a necessidade de maior conhecimento e de envolvimento do empreendedor na gestão financeira do seu pequeno ou médio negócio. Pois

enquanto uma empresa grande tem vários setores e cada um é responsável por atividades específicas, por exemplo, o setor de Recursos Humanos preocupa-se única e exclusivamente em administrar a vida profissional e financeira dos seus colaboradores, assim como a comunicação tem por objetivo específico gerir as melhores formas de comunicação, seja ela interna ou externa.

Numa micro e pequena empresa, não vemos tais divisões claras, pois não há condições estruturais ou mesmo econômicas de manter este nível de descentralização. Neste caso, uma só pessoa pode reunir as funções de levar o nome da empresa ao mercado com qualidade, administrar os salários, licenças e demais atividades dos outros colaboradores, assim como controlar o pagamento a fornecedores e de clientes.

O desafio então de administrar uma pequena empresa parte deste acúmulo de atividades, que em sua maioria é exercido pelo empresário. Neste contexto, a administração financeira tem que ser vista como uma prioridade, onde os instrumentos de controle e de gestão devem ser rigorosamente aplicados e acompanhados, afim de ter um monitoramento completo da empresa e corrigir possíveis desvios financeiros.

A Administração financeira tem sido de importância crescente para as empresas de pequeno e médio porte. O sucesso empresarial demanda cada vez mais o uso de práticas financeiras apropriadas. Durante anos, a Administração Financeira da pequena e média empresa foi meramente executiva, consistindo basicamente em receber e pagar e, por isso, era considerada uma simples extensão da administração geral. Esse quadro mudou, surgindo maiores exigências para as funções financeiras em virtude da crescente complexidade da economia brasileira e da expansão e sofisticação de nosso mercado financeiro. (SANTOS, 2009, p. 11)

O autor ressalta as práticas antigas de administração financeira, onde não havia o grau de importância a que se deve dar na atualidade. O sistema financeiro tem se tornado cada vez mais complexo, e, por isso, demanda de mais estudo e mais atenção por parte das pessoas que se propõem a se estabelecer neste mercado. Hoje, o acompanhamento financeiro de uma empresa deve ser altamente rígido, para evitar distorções e ralos, que podem escoar toda a rentabilidade e lucratividade da organização.

O controle de saldo constante do caixa da empresa, vinculado ao controle da conta- corrente dá ao administrador a real visão do capital real disponível. As contas a pagar e a receber devem estar devidamente organizadas e agendadas para que não haja prejuízos com juros e taxas, além de poder se estabelecer uma conduta de adimplência de clientes, fazendo o devido controle e estabelecendo as políticas de cobrança.

O controle dos ativos é fundamental na manutenção da rotatividade dos produtos e da oferta da empresa, assim como o arquivo de documentos garantem a segurança das operações, dando respaldo fiscal e legal em cobranças futuras.

O empresário que não utiliza estas ferramentas de controle e deixa os ativos e passivos da empresa soltos, vê o patrimônio se diluir e suas contas acumulam-se por falta de organização e controle.

Este é um dos erros fatais cometidos pelas pequenas empresas. BERNARDI (2007, p.91) aponta alguns destes erros em gestão financeira nas pequenas empresas.

- Subdimensionamento dos investimentos;
- Desconsideração e otimismo no dimensionamento do capital de giro;
- Dimensionamento do capital necessário e das fontes de financiamento;
- Fuga e desvios dos orçamentos previstos;
- Inclusão de investimentos fora da programação;
- Erros graves no dimensionamento dos investimentos;
- Desequilíbrios entre porte, estrutura em relação aos planos;
- Preços inadequados;
- Descontrole nos pontos vitais e essenciais do negócio;
- Controle do fluxo de caixa deficiente;
- Controle das compras e dos níveis de estoques deficientes;

Pode-se observar que os erros também tem uma influencia recíproca com desdobramentos subseqüentes; assim, uma estrutura errada leva a custos excessivos e a preços não competitivos; uma cultura sem mentalidade de serviço e atendimento leva a perda de vendas e imagem, e assim sucessivamente.

O autor deixa bem claro os aspectos financeiros que afetam sensivelmente a vida das pequenas empresas. A sucessão destes erros citados por Bernardi acaba por engessar a capacidade de negociação desta

empresa, e como consequência, a perda de espaço no mercado até a fatal morte.

O Sebrae em seu guia do empreendedor dá algumas diretrizes para a efetiva gestão financeira.

Dicas para manter uma boa Gestão Financeira de um Pequeno Comércio:

- Elaborar e manter os relatórios gerenciais (controles financeiros) sempre atualizados;
- Acompanhar periodicamente os indicadores financeiros mensalmente;
- Manter os estoques em níveis compatíveis com os volumes de vendas.
- Evitar os excessos de compras;
- Fuja sempre que possível de desconto de cheques pré-datados e duplicatas, evitando assim o aumento das despesas financeiras;
- Mantenha um controle permanente das despesas fixas, procurando mantê-las compatíveis com a capacidade da empresa;
- Determine um valor fixo e data fixa para pagamento do seu prólabore, não esquecendo de limitar seu valor dentro das possibilidades da empresa;
- Peça orientações do seu contador sobre o melhor enquadramento tributário da sua empresa, visando reduzir a carga tributária;
- Adote políticas de formação de preços de venda, que mantenham a empresa competitiva, porém sempre pensando na rentabilidade do negócio;
- Sempre que fizer propaganda, analise o custo/benefício da mesma para os negócios da empresa;
- Evite os descasamentos de prazos entre os pagamentos de compras com os recebimentos das vendas a prazo;
- Procure adotar critérios seguros e adequados para liberar o crédito nas vendas a prazo, livrando, assim, o aumento da inadimplência;
- Não se esqueça de que as três principais áreas de sua empresa são: Compras e Estocagem, Vendas e Marketing e Administração e Finanças. Normalmente os problemas financeiros são decorrentes da falta de planejamento, organização, liderança e controle nas atividades empresariais de compras, estocagem e vendas. (SEBRAE, 2004, p. 12)

Todas estas dicas a que o Sebrae se refere tem um objetivo claro, dar sustentabilidade econômica à pequena empresa, ou seja, trabalhar dentro do ponto de equilíbrio, preservando as relações dentro das margens de segurança do negócio.

Enfim, para que as micro, pequenas e médias empresas tenham sustentabilidade e segurança no mercado é preciso profissionalismo na gestão dos recursos disponíveis, além de uma sensibilidade por parte do seu gestor maior na orientação do capital e de toda organização nos rumos certos, para que cada estágio seja cumprido com estabilidade e sucesso.

4 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta os processos e o percurso metodológico, descrevendo o tipo de pesquisa, o universo da amostra e os instrumentos de coleta, análise e interpretação de dados.

4.1 Tipo de Pesquisa

Este trabalho desenvolveu-se com a pesquisa bibliográfica através de livros, artigos de instituições renomadas, além da pesquisa de campo, onde se buscou analisar o conhecimento e a utilização das linhas de crédito para o turismo pelas empresas turísticas do centro histórico de São Luís – MA no período máximo da crise econômica mundial e a visão dos gestores deste tipo de crédito nas instituições financeiras locais.

A metodologia a ser utilizada será, basicamente, a coleta de dados/informações acerca das linhas de crédito para o Turismo, através de entrevistas e buscas na internet. Além disso, serão realizadas pesquisas bibliográficas, que permitem que se tome conhecimento de material relevante, tomando-se por base o que já foi publicado em relação ao tema, de modo que se possa delinear uma nova abordagem sobre o mesmo, chegando a conclusões que possam servir de embasamento para pesquisas futuras e para os próprios operadores do Turismo.

O método de investigação científica utilizado será uma investigação sistemática e feita através de entrevistas com empresários, estudantes e operadores bancários, levantando informações de como, porque e para que os empreendedores usaram as linhas de crédito através das Instituições Financeiras.

4.2 Universo e amostra

O Universo constitui-se dos empresários do setor turístico do centro histórico de São Luís – Ma. Foi selecionada uma amostra de 15 (quinze) participantes distribuídos entre 10 (dez) empreendedores turísticos e 5 (cinco) gestores bancários, escolhidos aleatoriamente, que se dispuseram a participar

voluntariamente da pesquisa e para os quais foi explicado que o objetivo é somente para fins de elaboração deste trabalho monográfico. O método utilizado foi o não-probabilístico.

4.3 Instrumentos de Coleta de Dados

Através da análise e dos pareceres construídos a partir do estudo e da pesquisa que teve por objetivo alcançar as informações sobre o crédito para a atividade turística e sua aplicação durante o período de crise e que espelhasse os dados emitidos pelos empresários ludovicenses a respeito do crédito de terceiros e a visão dos gestores de tais créditos não instituições creditícias. Podendo assim dimensionar o conhecimento, a utilização e o acesso ao capital financiado.

4.4 Análise e Interpretação dos Dados

A análise e interpretação dos dados tiveram como alicerce a bibliografia escolhida, a qual foi a pedra fundamental na construção do estudo. A análise ocorreu diante da pesquisa de realidade nas empresas do centro histórico de São Luís. Após a aplicação dos questionários, os dados foram analisados e tabulados em forma de gráficos.

5 RESULTADOS

Na evolução deste estudo, a identificação de características do mercado foi realizada no intuito de se formatar respostas ao problema que aqui está sendo estudado. No processo de análise do mercado turístico, da gestão empresarial de micro, pequenas e médias empresas e no diagnóstico do mercado financeiro e econômico fez-se necessária a união de conceitos e pensamentos com a própria pesquisa de campo, que procurou dar feedback aos objetivos desta averiguação.

Foram elaborados 2 tipos de questionários (Apêndice A e B), o primeiro modelo foi aplicado com 10 empresários do setor turístico do centro histórico de São Luís – MA e o segundo foi aplicado com 5 gestores de crédito das instituições bancárias locais. Os gráficos a seguir estão relacionados com os questionários aplicados no centro histórico, junto aos empresários do segmento do turismo, a fim de detectar o conhecimento que eles possuem sobre as linhas de crédito voltadas para o setor, assim com a sua utilização durante o período de 2008 a 2009 e suas dificuldades e expectativas entorno deste tipo de crédito.

5.1 Visão dos Empreendedores

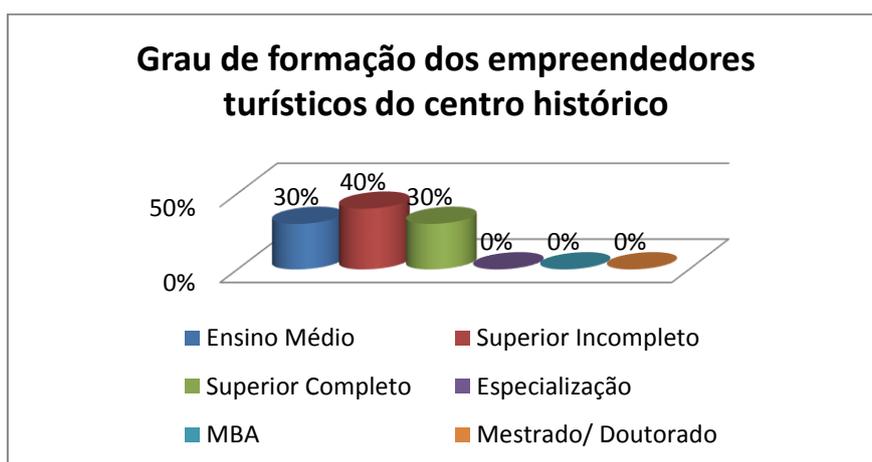


Gráfico 5 - Grau de formação dos empreendedores turísticos do centro histórico. São Luís. 2009

O número de empreendedores do turismo entrevistados que possuem apenas ensino médio representa 30% dos entrevistados, aqueles que

possuem algum curso superior incompleto correspondem a 40% dos entrevistados e aqueles que concluíram algum curso superior correspondem aos outros 30% dos entrevistados. Nenhum dos empreendedores entrevistados possuía algum tipo de especialização, MBA ou mesmo mestrado e doutorado. A dimensão do gráfico apresentado caracteriza um empresariado com uma formação relativamente baixa, onde aqueles que possuem um curso superior incompleto dominam a pesquisa.



Gráfico 6 - Utilização de recursos pessoais para pagar contas da empresa. São Luís, 2009

A maioria dos entrevistados às vezes utiliza dos seus próprios recursos na empresa, percebe-se aí um posicionamento para tapar brechas financeiras na empresa em determinados períodos, este grupo representa 70% de todos os entrevistados. Aqueles que nunca utilizam deste artifício correspondem a 40% dos entrevistados, dando uma visão de estabilidade financeira na empresa. Nenhum dos empresários entrevistados respondeu que sempre utiliza dos seus próprios recursos, caso houvesse, esta empresa estaria em constante déficit. A realidade vislumbrada por esta pesquisa tem semelhanças com a pesquisa demonstrada o gráfico 03, pois aqueles que aqui utilizam recursos pessoais para pagar contas da empresa, mesmo que seja às vezes, compõem os dados daquela pesquisa.

Tal realidade também nos remete ao estudo já realizado sobre o amadorismo empresarial, pois não havendo um planejamento e uma previsão adequada à realidade dos custos fixos e variáveis do negócio este ficará no vermelho e comprometerá o orçamento do seu proprietário.

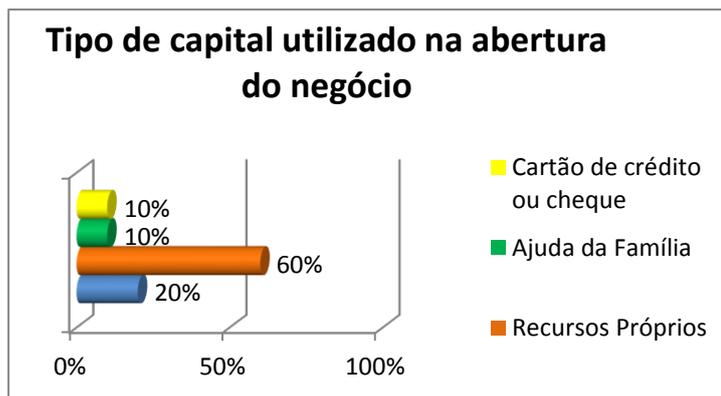


Gráfico 7 - Tipo de capital utilizado na abertura do negócio. São Luís, 2009.

Por meio da leitura deste gráfico fica evidente que a fonte principal de capital inicial das empresas de turismo aqui pesquisadas foram os recursos próprios dos seus proprietários. Dos 10 empresários consultados, 6 deles utilizaram suas próprias economias, 20%, ou seja, 2 deles fizeram uso de empréstimos bancários, será visto adiante que estes empréstimos não faziam parte das linhas de crédito disponíveis especificamente para a atividade turística. Os demais 20% foram igualmente divididos entre aqueles que tiveram ajuda da família e os que recorreram ao cartão de crédito ou mesmo ao seu cheque para dar o ponta-pé inicial da sua empresa.

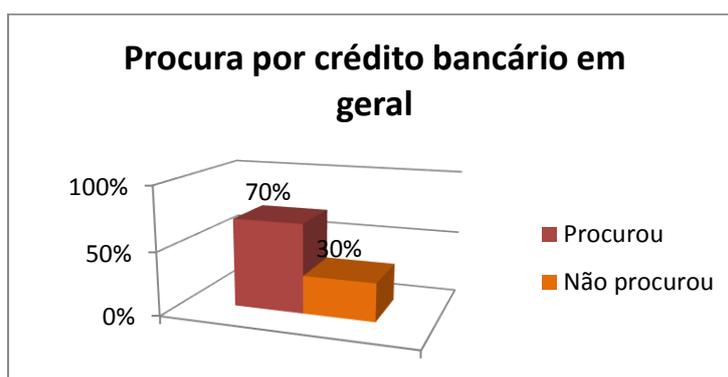


Gráfico 8 - Procura por crédito bancário em geral. São Luís, 2009

Analisando este gráfico, visualiza-se o alto grau de interesse e procura pelos empreendedores do centro histórico de São Luís, onde 70% dos entrevistados já procuraram alguma linha de crédito em bancos públicos e privados, estão incluídas aqui nestas linhas, os empréstimos diretos ao

consumidor, os financiamentos de dívidas, a utilização de cheque especial, os financiamentos diversos e o desconto de duplicatas.

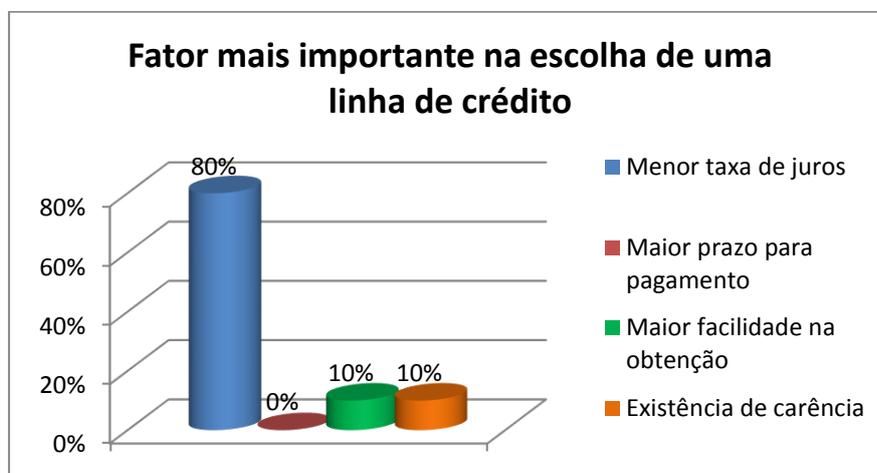


Gráfico 9 - Fator mais importante na escolha de uma linha de crédito. São Luís – MA, 2009.

Neste gráfico buscou-se avaliar a valoração dos fatores que determinam a escolha de uma linha de crédito em prejuízo de outra. Os 80% dos empresários aqui entrevistados tem como preferência na obtenção do crédito a menor taxa de juros. Na constatação, não se verificou nenhum que optasse por maior prazo, mas 20% dos entrevistados se dividiram igualmente entre a maior facilidade para se obter o crédito, haja visto as dificuldades encontradas em muitos casos no acesso ao crédito, e na existência de carência, pois deram como fator maior valoroso em suas concepções um tempo até que o crédito obtido produza os primeiros resultados, para que assim possam começar o reembolso efetivo a instituição credora.

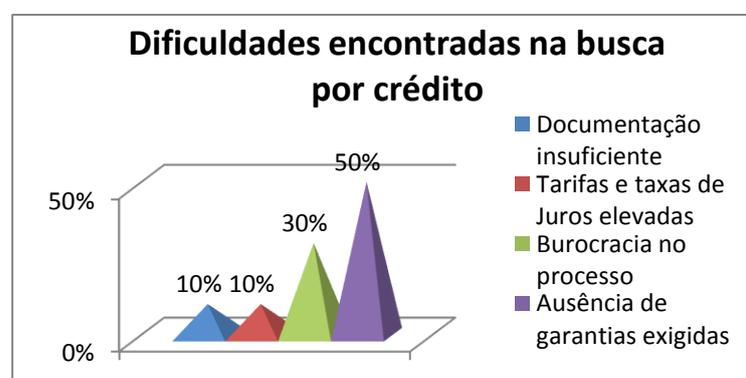


Gráfico 10 - Dificuldades encontradas na busca por crédito. São Luís – MA, 2009.

As dificuldades no acesso ao crédito são as barreiras que na maioria das vezes impedem os empresários de conseguirem um capital de terceiros para investir em seu negócio. Os entraves ao crédito são determinados por vários fatores, desde a própria falta de conhecimento, até os itens abrangidos por esta pesquisa. As instituições financeiras estabelecem uma série de requisitos para a concessão do crédito, elas precisam estabelecer um padrão de segurança nas suas operações. Com a atual crise econômica mundial, estas instituições aumentaram os níveis de exigências, taxas e diminuíram os prazos para pagamento, o que dificultou ainda mais o acesso a este capital.

O gráfico acima apresenta o resultado da pesquisa e mostra que 50% dos entrevistados vêem a exigência de garantias como maior barreira para o crédito. 30% colocam a responsabilidade pelas dificuldades na burocracia dos processos, 10 % alegam a ausência de documentação suficiente para a operação e outros 10% vêem as dificuldades nas tarifas e taxas de juros praticados pelos credores.



Gráfico 11 - Utilização de linhas de crédito no período de 2008 a 2009. São Luís – MA, 2009.

A maioria dos entrevistados não utilizou nenhuma linha de crédito durante o período de crise compreendido entre 2008 e 2009, porém, percebe-se que 30% dos empresários de turismo do centro histórico de São Luís – MA fizeram uso de alguma linha de crédito, a distinção dos tipos, linhas e meios a estes créditos será vista nos próximos gráficos. Há de se observar uma inversão de valores entre este gráfico e o gráfico x que aborda a procura por

créditos bancários em geral, esta distinção explica-se por dois fatores, primeiro que dos 70% que buscaram créditos bancários uma fatia proporcional os procurou em ou período, diferente do aqui estudado ou, segundo, mesmo com a procura no período compreendido por este estudo, ao obteve êxito na captação do recurso.

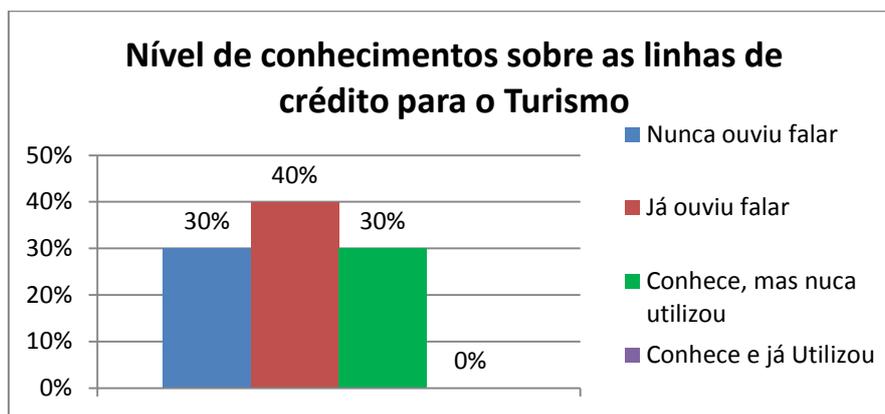


Gráfico 12 - Nível de conhecimentos sobre as linhas de crédito para o Turismo. São Luís – Ma, 2009.

O conhecimento das linhas de crédito para o turismo é relativamente pequeno entre os entrevistados, visto que o gráfico nos mostra que apenas 30% dos escutados tem algum conhecimento sobre tais fontes externas de capital, e nenhum dos entrevistados utilizou de tais recursos. As campanhas publicitárias feitas por bancos e entidades públicas, na maioria das vezes, apenas dão a mínima informação para o tomadores de crédito, pois a pesquisa da qual se retirou o gráfico acima relatou que 40% apenas ouviram falar das linhas de crédito para o turismo e que 30% nem sequer ouviram falar da disponibilidade e das finalidades deste capital.

Isto reflete diretamente no âmbito total do estudo aqui realizado, pois se a grande maioria apenas ouviu falar ou nunca ouviu falar, dar-se-á por certo que a utilização deste crédito é pequena.

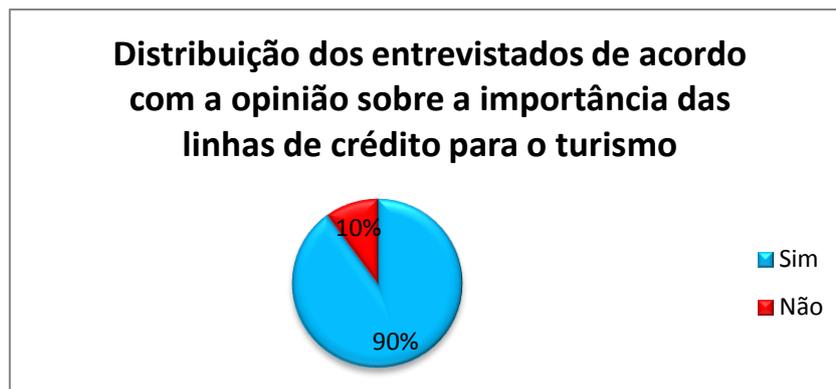


Gráfico 13 - Distribuição dos entrevistados de acordo com a opinião sobre a importância das linhas de crédito para o turismo. São Luís, 2009.

O crédito de terceiros é uma das ferramentas na gestão empresarial. Este tipo de recurso deve ser amplamente avaliado, para que não traga dificuldades na organização. O gráfico mostrou quase que uma unanimidade de pensamentos entorno da importância destas linhas para o turismo, 90% dos entrevistados vê como importante a existência deste crédito para as empresas turísticas. Apenas 10% dos entrevistados não vêem nenhuma importância das linhas de crédito para o turismo na gestão dos negócios.

Agora, serão analisados os gráficos daqueles que utilizaram alguma linha de crédito no período de 2008 a 2009, far-se-á a verificação das linhas utilizadas, assim como a identificação dentre estas linhas daqueles que porventura utilizaram uma linha específica do turismo, e ainda se avaliará os objetivos na tomada do crédito, as quantias utilizadas, o tempo gasto para a obtenção do capital, os resultados apurados pós-utilização, e a situação financeira da empresa com a aquisição do crédito.

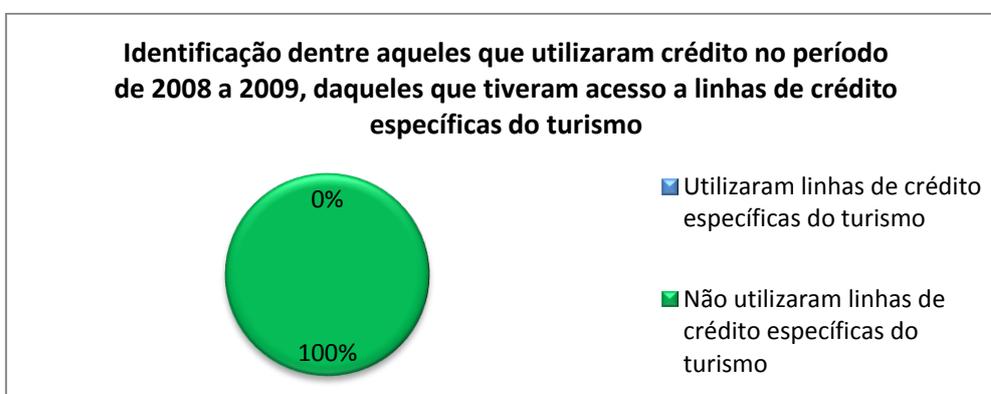


Gráfico 14 - Identificação dentre aqueles que utilizaram crédito no período de 2008 a 2009, daqueles que tiveram acesso a linhas de crédito específicas do turismo. São Luís – MA, 2009.

Este gráfico deixa claro a proporção de utilização das linhas de crédito específicas para o turismo por aqueles que tomaram crédito em instituições bancárias no período de 2008 a 2009. Nenhum dos que utilizaram o crédito bancário no período estudado fez uso das linhas de crédito para o turismo, 100% deles utilizou outras linhas de crédito que serão visualizadas no próximo gráfico.

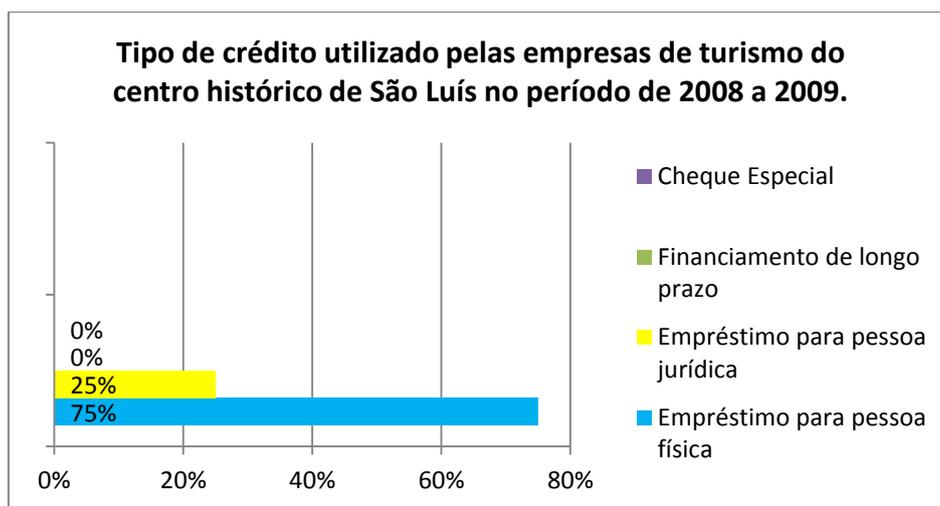


Gráfico 15 - Tipo de crédito utilizado pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís no período de 2008 a 2009. São Luís – MA, 2009.

Como foi visto no gráfico anterior, nenhuma das empresas consultadas fez uso de uma linha de crédito específica para a atividade turística, portanto fez-se necessário o estudo de que tipo de crédito foi utilizado por tais empresas. A leitura deste gráfico nos permite identificar que o a maior parcela, 67% dos empreendedores entrevistados fizeram uso de empréstimos de pessoa física para compor capital na empresa, e que o restantes, 33% deles, tomaram empréstimos para pessoais jurídicas, empréstimos estes sem nenhuma especificidade com a atividade turística, mas para o empresariado geral. Não foi verificado a utilização de cheque especial ou mesmo de financiamentos de longo prazo pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís-MA.

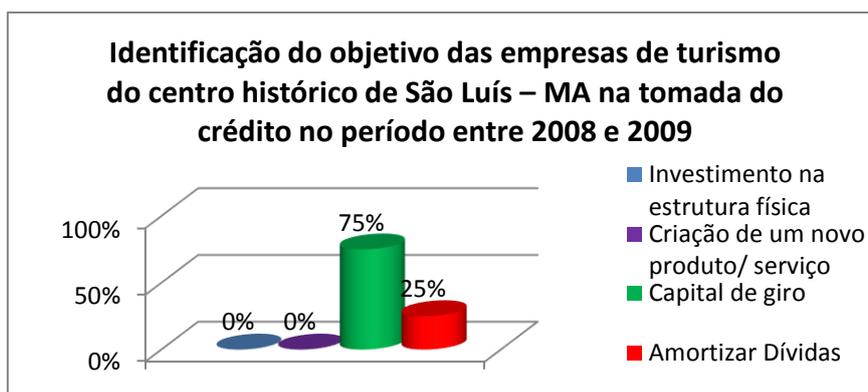


Gráfico 16 - Identificação do objetivo das empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA na tomada do crédito no período entre 2008 e 2009. São Luís – MA, 2009.

A composição de capital de giro foi o objetivo que mais apareceu na pesquisa apresentada, 75% do empresariado buscava recursos para movimentar a empresa, trazer novos produtos e aquecer sua economia, enquanto 25% destes tiveram como objetivo a amortização de dívidas. Este período que aqui está sendo estudado, de crise econômica em todo o mundo, deixou em alerta os empreendedores que tiveram que buscar mais capital para manter seus negócios funcionando e para dar rotatividade em seus empreendimentos. Neste contexto, como já foi analisado no capítulo das linhas de crédito para o turismo e na análise do amadorismo empresarial e dos desafios da gestão financeira das micro, pequenas e médias empresas, o devido planejamento e cálculos de custos e de taxas de retorno se fazem extremamente necessárias para evitar qualquer descontrole e conseqüente incapacidade de pagamento de fornecedores e credores.

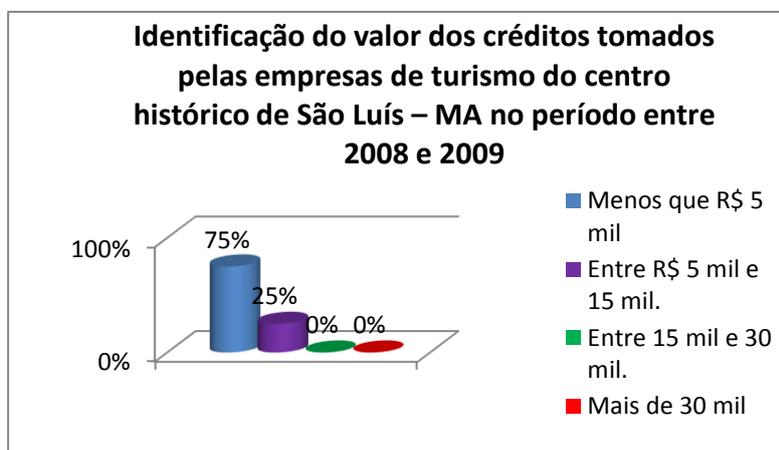


Gráfico 17 - Identificação do valor dos créditos tomados pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA no período entre 2008 e 2009. São Luís – MA, 2009.

Por meio desse gráfico é possível perceber que a utilização do crédito pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA no período entre 2008 e 2009 foi de pequena proporção, pois o valor financiado para 75% delas não chegou a R\$5.000,00 (cinco mil reais) e os 25 % que captaram acima deste valor não chegaram a utilizar 15.0000 (quinze mil reais). Estes dados reforçam as características percebidas pelos últimos gráficos, pois o empréstimo a pessoas físicas em sua maioria tem poucos limites, baixos prazos e altas taxas e a captação de dinheiro para capital de giro e para amortização de dívidas geralmente passa por esta faixa de valores.

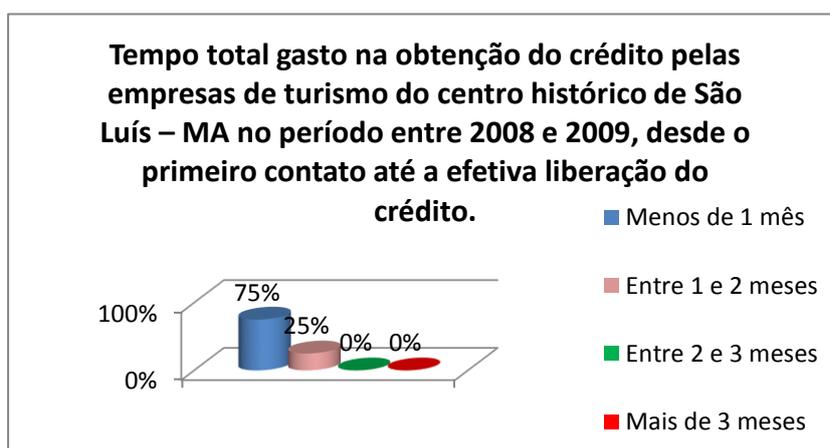


Gráfico18 - Tempo total gasto na obtenção do crédito pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA no período entre 2008 e 2009, desde o primeiro contato até a efetiva liberação do crédito. São Luís – MA, 2009.

Verifica-se que do total de empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA que obtiveram crédito bancário no período entre 2008 e

2009, 75% conseguiu concluir a operação em menos de 30 dias e que as demais não levaram mais do que dois meses para terem o dinheiro em disponibilidade. Esta realidade vem mais uma vez reforçar os dados dos gráficos anteriores. Pois como coube ao empréstimo a pessoa física e ao empréstimo a pessoa jurídica a composição dos tipos de créditos utilizados por estas empresas, tais tipos de crédito tem um processo de obtenção sem muitos caminhos e sem muita burocracia, o que diminui sensivelmente o tempo gasto do processo.



Gráfico 19 - Identificação dos resultados apurados após a utilização do crédito pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA no período entre 2008 e 2009

A apuração obtida através deste gráfico leva à percepção dos resultados alcançados pelas empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA no período entre 2008 e 2009 com a captação de recursos externos. Como a grande maioria buscou este capital para compor capital de giro e assim movimentar o seu negócio, a maioria, 75% dos entrevistados obtiveram aumento na receita de suas empresas e aqueles que buscaram o crédito no intuito de amortizar dívidas tiveram a redução da sua dívida. Nenhum entrevistado afirmou que houve aumento na qualidade dos seus serviços após a utilização do crédito bancário.



Gráfico20 - Identificação da situação financeira das empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA no período entre 2008 e 2009. São Luís- MA, 2009.

Fica bem claro a resposta dada pelos entrevistados quando questionados sobre a situação financeira da sua empresa após a utilização de alguma linha de crédito no período analisado. 100% delas afirmou que o capital que foi obtido com um banco financiador fez alguma diferença em suas necessidades, mas não as supriu em sua totalidade, apenas parcialmente.

5.2 Visão gestores das linhas de crédito

Avaliar agora as respostas dadas pelos gestores das linhas de crédito nas instituições bancárias de São Luís é fundamental para perceber a visão dos emprestadores, foram aplicados questionários com o propósito de identificar a disponibilidade ou não de linhas de créditos específicas para a atividade turística, além de identificar as maiores dificuldades apresentadas pelas empresas, segundo as suas visões, o tipo de crédito mais utilizado pelas micros, pequenas e médias empresas do setor turístico local, além de determinar o motivo, o fator, que em sua visão, determina a escolha das linhas de crédito pelas empresa e ainda se houve um aumento na procura por crédito no período de 2008 a 2009. A partir da aplicação dos questionários com 5 gestores foi obtido o seguinte resultado.

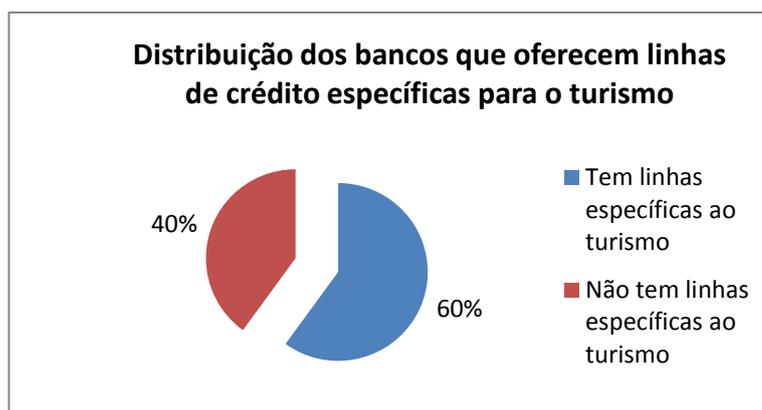


Gráfico 21 - Distribuição dos bancos que oferecem linhas de crédito específicas para o turismo. São Luís, 2009.

Este gráfico demonstra a divisão das instituições bancárias pesquisadas que possuem ou não linhas de crédito específicas para o setor turístico, ou seja, que operam as linhas, fundos e programas voltados especificamente pelo turismo do BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento), observa-se que 60% dos bancos possuem tais linhas, mas 40% deles dão disponibilidade de crédito a pessoas jurídicas, mas não trabalham com recursos voltados especificamente para o Turismo. Esta distinção é claramente percebida na observação dos tipos de bancos aqui estudados, os bancos oficiais são os que dão tal disponibilidade, exatamente por serem operadores e gestores regulamentados do BNDES, dispoindo inclusive de mais de um tipo. Os demais bancos até trabalham com repasse de crédito nacional, mas operam na amplitude dos setores.

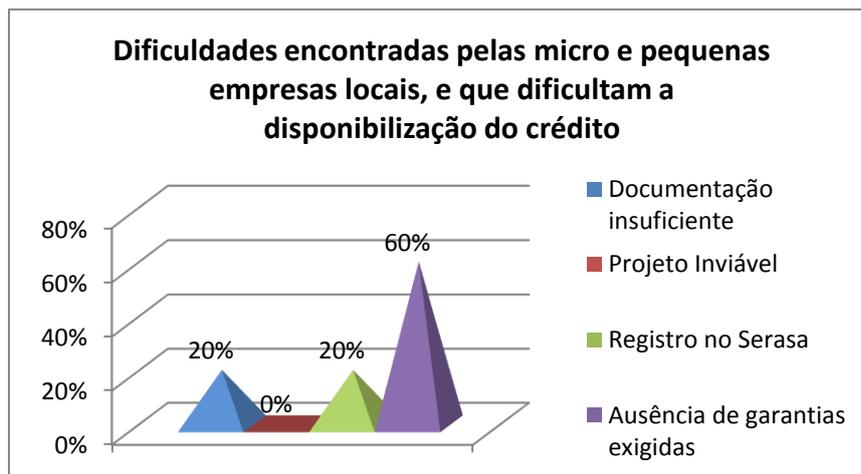


Gráfico 22 - Dificuldades encontradas pelas micro e pequenas empresas locais, e que dificultam a disponibilização do crédito. São Luís, 2009.

Nesta questão de dificuldades encontradas pelas micro e pequenas empresas locais, que dificultam a disponibilização do crédito observou-se ou homogeneidade em relação à pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2004, cujo maior responsável pela negação do crédito ao micro e pequeno empresário é a ausência de garantias que darão segurança ao banco em caso de inadimplimento do devedor, sendo seguido pelos registros em banco de dados de inadimplentes e pela insuficiência de documentações necessárias à aquisição do crédito. Nenhum dos gestores entrevistados atribuiu à inviabilidade dos projetos a culpa da indisponibilização do capital às micro e pequenas e médias empresas de São Luís – MA, 2009.

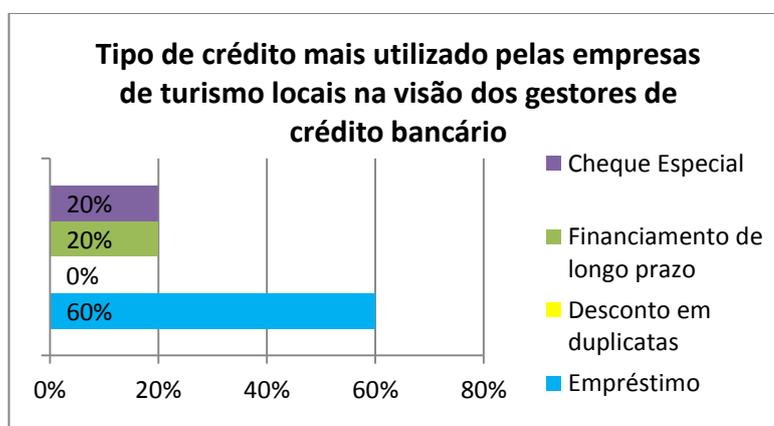


Gráfico 23 - Tipo de crédito mais utilizado pelas empresas de turismo locais na visão dos gestores de crédito bancário. São Luís, 2009.

A leitura deste gráfico permite identificar que o tipo de crédito mais utilizado pelas empresas de turismo locais na visão dos gestores de crédito bancário é o empréstimo, que é uma categoria de linha de crédito com taxas intermediárias e prazos razoáveis. Este tipo de crédito possui melhores taxas e prazos que o cheque especial e outras formas de crédito, mas perde para os financiamentos que em sua maioria recebem incentivos do próprio governo e acabam por ter menores taxas e melhores prazos. Outra distinção real entre tais crédito é a facilidade de obtenção. Os financiamentos precisam de projetos de viabilidade financeira, análise pelos credores da capacidade de pagamento do tomador, garantias reais e demandam mais tempo para aprovação, já os empréstimos são concedidos com maior facilidade e mais agilidade e não carecem de tantas documentações. Contudo, a utilização do cheque especial foi citado pelos gestores compondo 20%, estes já estão disponíveis para o cliente como limite na própria conta, mas por sua vez, possuem as maiores taxas de todas as operações citadas aqui. O gráfico mostra ainda a ausência de resposta por parte dos interessados na utilização pelas empresas de turismo locais de desconto em duplicatas e um uso de 60% de empréstimos e 20% de financiamentos de longo prazo.

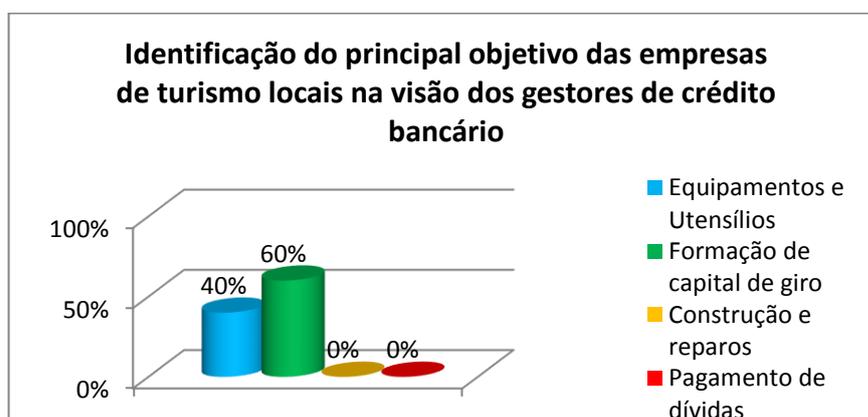


Gráfico 24 - Identificação do objetivo das empresas de turismo locais na visão dos gestores de crédito bancário. São Luís, 2009.

A visão dos gestores de crédito nas instituições bancárias de São Luís – MA é a seguinte: 60% dos entrevistados respondeu que o principal motivo da utilização de crédito bancários pelas empresas de turismo locais é a formação de capital de giro; 40% afirmou que as empresas turísticas de São

Luís procuram as linhas de crédito para compra de equipamentos e utensílios; não foi verificada nenhuma resposta por tais gestores de uso principal de capital bancário para construção e reparos e que também não é para pagamento de dívidas. Pode-se notar aqui um ponto claro de semelhança na visão dos gestores daqueles que tomam o crédito, pois, segundo a pesquisa, os empreendedores recorrem principalmente ao crédito externo também para compor capital de giro.

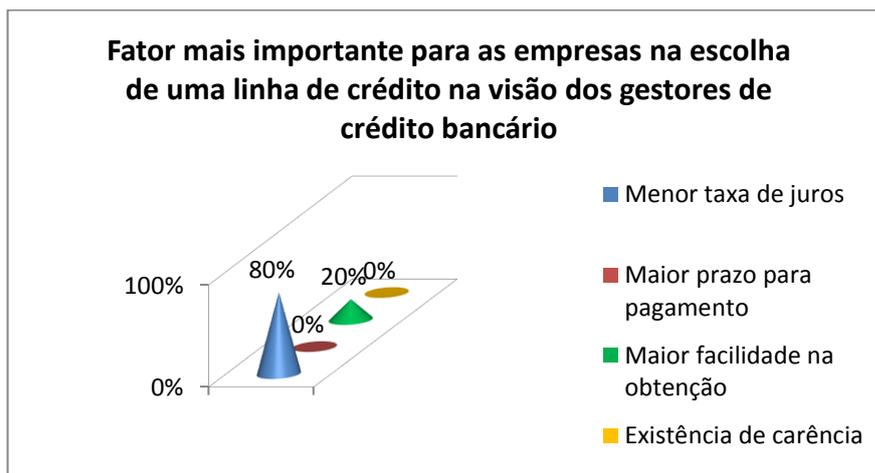


Gráfico 25 - Fator mais importante para as empresas na escolha de uma linha de crédito na visão dos gestores de crédito bancário.

Esta questão trata da visão dos gestores de crédito bancários em relação ao fator mais importante e determinante das empresas locais na escolha do crédito. As taxas de juros foram lembradas por 80% dos entrevistados e reflete a realidade vista na pesquisa feita com os empreendedores do setor de turismo do centro histórico de São Luís – MA. A elasticidade de prazos não foi citada pelos gestores como fator mais importante na escolha da linha de crédito, a existência de carência também representou 0% das respostas dos gestores. A pressa dos empreendedores foi citada por 20% dos entrevistados que afirmaram que esta porcentagem está mais interessada na velocidade em que este crédito estará em sua disponibilidade do que mesmo nas taxas, carência ou prazo que ele terá para reembolsar a instituição.

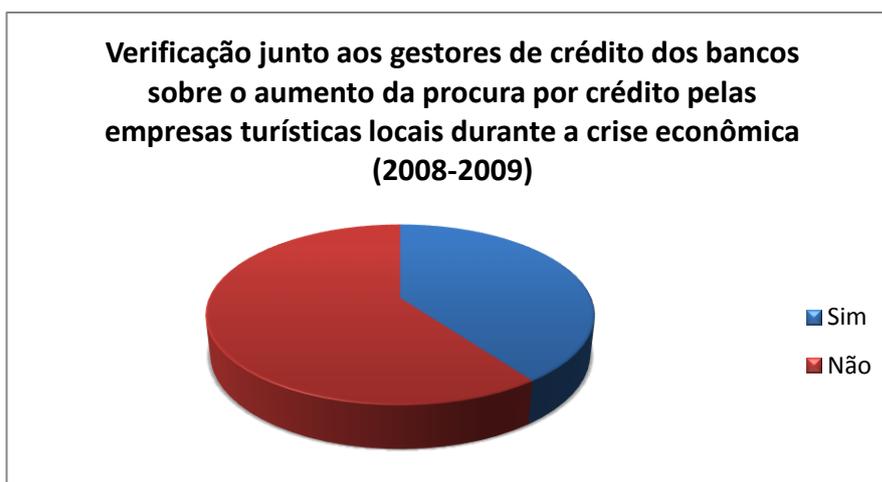


Gráfico 26 - Verificação por parte dos gestores de crédito dos bancos de aumento pela procura por crédito pelas empresas turísticas locais durante a crise econômica (2008-2009). São Luís, 2009.

O gráfico acima ilustrou os resultados da verificação junto aos gestores de crédito dos bancos sobre o aumento da procura por crédito pelas empresas turísticas locais durante a crise econômica (2008-2009). A leitura do gráfico permite identificar que 60% dos gestores entrevistados afirmaram não haver aumento por esta procura, e que 40% dos entrevistados visualizaram um aumento. A realidade do período aqui estudado não facilitou muito a obtenção de créditos por empresas locais de turismo, tendo em vista que com a crise e conseqüente diminuição da confiança pelos bancos, do aumento da inadimplência de créditos anteriormente concedidos as portas ficaram mais estreitas e o acesso ao crédito foi dificultado.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho tratou das linhas de crédito para o turismo e a crise econômica mundial, dando ênfase nas perspectivas entorno deste crédito e as empresas de turismo do centro histórico de São Luís – MA, onde se procurou caracterizar a visões dos empresários destas organizações abordando os desafios, dificuldades, expectativas e a identificação da utilização do crédito por estas empresas.

Na busca ao crédito e em todos os atos de gestão do empresário o requisito essencial é o planejamento, pois ele através dos seus mecanismos de pesquisa, previsões e levantamentos dá ao empresário uma visão futura mais próxima da realidade que se sucederá. O planejamento na ordem financeira de uma organização pode ser visto como fator de sobrevivência desta no mercado. No contexto das micro, pequenas e médias empresas as ferramentas de gestão financeiras compõem seu *kit de sobrevivência*, pois a ausência de utilização de tais ferramentas caracteriza o amadorismo empresarial que impõe limites ao crescimento e ao convívio desta empresa no mercado.

O foco deste estudo foram as empresas de turismo localizados no centro histórico da cidade de São Luís – MA, este, reconhecido internacionalmente como patrimônio da humanidade é uma região que apresenta um atrativo turístico rico e uma área com imenso potencial para comércio turístico. No centro histórico de São Luís encontramos diversos tipos de empresas que trabalham diretamente com a atividade turística do local. São agências, hotéis, pousadas, lojas de artesanato, bares, restaurantes e etc. que compõem a gama empresarial, servindo turistas nacionais e internacionais.

A grande maioria das empresas de turismo localizadas no centro histórico de São Luís se enquadram nas categorias de micro, pequenas e médias empresas. Durante boa parte deste trabalho foram explorados os meios de gestão deste tipo de organização, principalmente no que concerne ao aspecto financeiro. Estas empresas possuem um pequeno núcleo de gerência que é responsável pela administração e devido funcionamento, seja no campo financeiro, material, distribuição, marketing, recursos humanos além de todos os outros que compõem a malha administrativa dessas empresas.

No processo de gerenciamento do âmbito financeiro, a organização e o controle irão ditar a capacidade do empresário de perceber as alterações, sejam elas positivas ou negativas, internas ou externas, que interferem direta ou indiretamente na economia da empresa.

A pesquisa junto os empreendedores turísticos da região do centro histórico identificou que o grau de formação dos entrevistados que se destaca é daqueles que possuem nível superior incompleto e que são seguidos daqueles que possuem apenas ensino médio e daqueles cuja formação é de nível superior completo; a maioria deles, 70% usam mesmo que não constantemente recursos pessoais para pagar contas da empresa; 60% desses empreendedores tiveram como fonte de capital inicial para abertura dos negócios os seus próprios recursos; a maioria, 70% dos entrevistados já procurou crédito bancário para cobrir seus custos; o fator mais importante para 80% dos pesquisados na escolha de uma linha de crédito em prejuízo de outras é o índice da taxa de juros; na busca em instituições bancárias credoras 50% deles encontram maior dificuldade por não possuírem garantias para finalizar as operações; no período que este trabalho pretendeu analisar, entre 2008 e 2009, cuja principal característica para o mercado econômico mundial foi a crise deflagrada no setor imobiliário americano, 70% das empresas de turismo do centro histórico não obtiveram nenhum tipo de crédito bancário; e, 40% delas apenas ouviu falar de linhas de crédito disponíveis designadamente para a atividade turística; já, 90% delas consideram, algumas mesmo sem muito conhecimento, que as linhas de crédito direcionadas ao setor turístico são importantes e auxiliam na gestão empresarial.

Aqueles que utilizaram alguma linha de crédito no período de 2008 a 2009, foram ainda questionados sobre as linhas utilizadas, procurando identificar aquelas que porventura utilizaram uma linha específica do turismo, e ainda os objetivos, as quantias utilizadas, o tempo gasto, os resultados pós-utilização, e a situação financeira com a aquisição do crédito. Com estes parâmetros, foi constatado que 100% daqueles que captaram crédito bancário não fizeram uso de qualquer linha específica para a atividade turística, e que 75% destes optaram pelo empréstimo pessoal; a maioria dos entrevistados que se encontram nesta situação teve como principal objetivo a composição de capital de giro; este mesmo índice foi observado quando a verificação se deu

com o objetivo de saber qual era o valor do capital emprestado, tendo 75% que obtiveram menos de cinco mil reais em bancos; como a operação de empréstimo pessoal é a uma das mais rápida do mercado, 75% dos empresários questionados sobre este assunto teve a disponibilidade do dinheiro em menos de um mês; 75% dos empreendedores pesquisados que utilizam de capital bancário tiveram um aumento na receita da empresa; 100% destes empreendedores observou que o crédito não solucionou totalmente a vida financeira de suas organização, apenas parcialmente.

Com relação à visão dos gestores das linhas de crédito nas instituições bancárias locais identificou-se que 60% das instituições pesquisadas possuem linhas de crédito voltadas exclusivamente para o turismo; 60% dos gestores entrevistados coligou as dificuldades das micro, pequenas e médias empresas locais na obtenção do capital bancário com a ausência de garantias da maior dessas empresas; 60% dos empresários entrevistados respondeu que o tipo central de crédito utilizado pelas empresas locais de turismo é o empréstimo; também 60% dos entrevistados identifica como principal objetivo das empresas turísticas locais na obtenção do crédito a composição de capital de giro; segundo a visão de 80% dos gestores de crédito dos bancos entrevistados o fator mais atrativo para os empresários ainda é taxa de juros mais baixa; e 60% destes entrevistados não observou aumento da procura por crédito pelas empresas de turismo locais durante o período de crise econômica, compreendido entre 2008 e 2009.

Estes resultados servem de base para se concluir que o grau de formação dos empreendedores turísticos do centro histórico de São Luís – Ma é relativamente baixo e que estes tem pouco conhecimento das linhas de crédito destinadas ao custeio e à expansão da atividade turística. A utilização de recursos pessoais para pagamento de contas empresarias é feita ocasionalmente e a fonte primária dos recursos da empresa vieram das próprias economias dos empresários que em sua maioria utilizaram crédito bancários para inserir capital, principalmente de giro, em seus estabelecimentos.

Os fatores mais importantes e os que oferecem mais barreiras na visão do empresariado para aquisição de crédito bancário são respectivamente as menores taxas de juros e a exigência de garantias. Os resultados da

pesquisa de opinião com os empreendedores também verificou que a grande maioria deles acham importantes as linhas de créditos como auxílio na gestão estratégicas de empresas do setor.

Aqui é elencado o fruto do estudo do empresariado que fez uso de capital bancário durante o período de 2008 e 2009, dando enfoque na caracterização do tipo de crédito captado, dos objetivos, das quantias e até mesmo do tempo no processo de liberação. A partir da pesquisa, averiguou-se que o empréstimo a pessoa física foi o tipo mais utilizado pelos empresários, que o objetivo principal destes empresários era a formação de capital de giro e que a quantia não passou, em sua maioria, de cinco mil reais. Os empreendedores turísticos pesquisados tiveram a disponibilidade do recurso bem rápido, pois o tempo gasto pela maioria deles não excedeu um mês e estes recursos apesar de não solucionar definitivamente a vida financeira dessas empresas foi responsável por uma aumenta na renda.

Para os gestores de crédito faltam garantias ao empresariado, pois as linhas de crédito com maiores limites, prazos e com menores taxas exigem em sua maioria a apresentação de garantias pelas empresas captadoras de crédito. Estes mesmos gestores apontaram que o tipo de crédito mais procurado pelas micro, pequenas e médias empresas locais ainda é o empréstimo, que apesar de possuírem maiores taxas e menores prazos que os financiamentos, tem um acesso mais facilitado.

Diante do explicitado, almeja-se que os dados obtidos com esta pesquisa sejam plenamente utilizados como guia para empreendedores do setor turístico do centro histórico de São Luís – MA, no gerenciamento financeiro e na escolha das melhores linhas de crédito que auxiliarão na formação de estratégias e na diferenciação de produtos e serviços para o mercado.

REFERÊNCIAS

- ARENDIT, Ednilson José. **Introdução à economia do turismo**. São Paulo: Alínea, 2002.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papyrus, 1995.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2000.
- BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2007.
- BEZZERRA, Deise Maria Fernandes. **Planejamento e Gestão em Turismo**. São Paulo: Rocca, 2003.
- BRASIL.BNDES.<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Linhas_Programas_e_Fundos/index.html> Acesso em: 7 ago 2009.
- BULGACOV, Sérgio. **Manual de gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1999.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CUNHA, Lucínio. **Economia e política do turismo**. Portugal: Tipografia Lousanense, 1997.
- DEGEN, Ronald. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Makronbooks, 1989.
- DRUCKER, Peter F. **Introdução à administração**. São Paulo: Pioneira, 1984.
- FERNANDES, Ivan Pereira. **Economia do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- GARCIA, Alceu;. **Entendendo a crise econômica mundial**. <<http://www.olavodecarvalho.org/convidados/0218.htm>> Acesso em: 22 out 2009.
- GESLENE, Alain. **Decisões de investimentos da empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.
- HUMMEL, Paulo Roberto Vampré. **Análise e decisão sobre investimentos e financiamentos: engenharia econômica: teoria e prática**. 4. ed. ampl. São Paulo: Atlas, 1995.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas. **Economia do Turismo**. 7.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

SANTI FILHO, Armando de. **Avaliação de riscos de crédito: para gerentes de operações**. São Paulo: Atlas, 1997.

SANTOS, Carlos Alberto dos (Org). **Sistema Financeiro e as Micro e Pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: Sebrae, 2004

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2009.

SEBRAE. Fatores **Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil**. Brasília, 2004.

<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/9A2916A2D7D88C4D03256EE00489AB1/\\$File/NT0008E4CA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/9A2916A2D7D88C4D03256EE00489AB1/$File/NT0008E4CA.pdf)> Acesso em: 3 nov 2009.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

THEOBALD, Willian F. (org). **Turismo global**. 2.ed. São Paulo: Senac, 2002.

TRIBE, John. **Economia do lazer e do Turismo**. São Paulo: Manole, 2003.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: uma esperança condicional**. 2. ed. São Paulo: Global, 1999.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo**. 3.ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO/EMPRESÁRIOS

1) Indique abaixo o seu grau de formação, marcando com um (x) a opção apropriada.

a)	Ensino Médio Completo	
b)	Curso Superior Incompleto	
c)	Curso Superior Completo	
d)	Especialização Incompleta	
e)	Especialização Completa	
f)	MBA	
g)	Mestrado ou Doutorado	

2) Você usa recursos pessoais para pagar contas da empresa?

- Sempre
- As Vezes
- Nunca

3) Com que tipo de capital você abriu o negócio?

- Empréstimo
- Recursos
- Ajuda da Cartão de Crédito, cheques

4) Você já buscou algum tipo de crédito em bancos?

- Sim
- Não

5) Qual o fator mais importante na escolha de uma linha de crédito?

- Menor taxa de
- Maior prazo para pagar .
- Maior facilidade
- Existência de Carência

6) Quais as dificuldades encontradas na busca por crédito?

- Documentação
- Tarifas e taxas de juros
- Burocracia no processo
- Ausência de garantias exigidas

7) Você utilizou alguma linha de crédito no período entre 2008 e 2009?

- SIM
- NÃO

8) Qual seu nível de conhecimento sobre as linhas de crédito disponíveis para as empresas de Turismo?

- Nunca ouviu falar.
- Ouviu Falar
- Conhece, mas nunca
- Conhece, e já utilizou.

9) Você considera que as linhas de crédito para o Turismo são importantes para a eficiência da gestão empresarial?

- SIM
- NÃO

Obs: Se sua resposta da 8ª pergunta foi **sim** responda as próximas perguntas.

10) A Linha de crédito utilizada era específica para o Turismo?

Se sim, qual o da linha, fundo ou programa?

11) Qual tipo de crédito foi utilizado?

- Empréstimo para pessoa física
- Empréstimo para pessoa jurídica
- Financiamento
- Cheque Especial

12) Qual o objetivo da tomada do crédito?

- Investimento na estrutura Física.
- Criação de um novo produto/ serviço.
- Capital de giro.
- Amortizar Dívidas.

13) Qual foi o valor financiado?.

- Menos que R\$ 5
- Entre R\$ 5 mil e 15 mil.
- Entre 15 mil e 30
- Mais de 30 mil

14) **Qual foi o tempo total gasto, desde o primeiro contato até a efetiva liberação do crédito?**

- Menos de 1 mês
- Entre 1 e 2 meses
- Entre 2 e 3
- Mais de 3 meses

15) Quais os resultados apurados após a utilização do crédito?

- Aumento da qualidade dos serviços
- Aumento da receita da empresa
- Redução de dívidas na empresa

16) O Crédito supriu as necessidades de capital da empresa?

- Totalmente.
- Parcialmente
- Não fez muita diferença

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO/ GESTORES DE CRÉDITO BANCÁRIO

1) O banco oferece linhas de crédito específicas para empresas de Turismo?

- SIM
 NÃO

2) Quais as maiores dificuldades apresentadas pelas empresas na aquisição do crédito?

- Ausência de Garantias
 Insuficiência de Documentação
 Registro no Serasa
 Projeto Inviável

3) Qual o tipo de crédito mais utilizado pelas micro e pequenas empresas turísticas locais?

- Cheque especial
 Desconto em duplicatas
 CDC's
 Financiamento de longo Prazo

4) Qual o principal motivo da utilização de crédito por estas empresas?

- Formação de Capital de Giro
 Equipamento e Utensílios
 Construção e reparos
 Pagamento de dívidas

5) O que as empresas tomadoras de crédito tem como fator mais importante na escolha do tipo e da linha de crédito a ser utilizada?

- Menor taxa de
- Maior prazo para pagar .
- Maior facilidade
- Existência de Carência

6) Durante a crise econômica (2008-2009), verificou um aumento na procura por crédito pelas empresas turísticas locais?

- SIM
- NÃO