

Pesquisa realizada em 1997 revela que os empresários ligados ao setor turístico em Sergipe são em sua grande maioria nascidos no próprio estado. Cerca de 20% é da Região Nordeste, e menos de 10% vem de outros estados brasileiros. Não houve identificação de empresários de origem estrangeira, indicando que Sergipe ainda não é um pólo de atração significativo para investidores de outras partes do Brasil e do exterior.

Quanto à formação e experiência, o empresariado local é caracterizado por profissionais com formação superior porém com pouca experiência anterior em hotelaria. Sessenta por cento dos empresários do setor tem curso de nível superior, provenientes de profissões distintas. Não foram identificadas existência de empresários com formação específica na área de turismo, porém parte destes empresários participa de cursos de curta duração e seminários relacionados com a atividade. Como característica, respondem por pequenas e médias empresas.

Na maioria dos casos são empresários da construção civil que se iniciaram no ramo de turismo. Os meios de hospedagem de menor porte, geralmente, têm gerenciamento familiar. Há no momento um "boom" de ampliação de pequenas pousadas e hotéis, bem como de intenção de implantação de novos investimentos tanto pelos atuais proprietários como de pessoas de fora. Iniciam-se atualmente as primeiras sinalizações de estabelecimento em Aracaju de redes hoteleiras renomadas.

Esta ampliação do parque hoteleiro, em quantidade e qualidade, conforme indicado no capítulo referente à oferta, tem levado a uma abertura da visão empresarial que tem iniciado busca por melhoria do serviço e instalações físicas mais adequadas. As mudanças têm sido observadas também no que se refere a preços de hospedagem. Considerada pelas próprias agências de viagens e operadoras como um dos destinos caros face à estrutura oferecida, a cidade de Aracaju comportava hotéis e pousadas que não realizavam acordos com redução especial de valores para pacotes. O processo de negociação vem avançando bastante e as operadoras já vendem o produto Aracaju com valores mais atraentes.

Da mesma forma, inicia-se uma preocupação com capacitação profissional, sendo que alguns estabelecimentos têm se destacado pela oferta de serviços acima da média local. É necessário, no entanto, um amplo esforço dos setores público e privado no sentido de oferta de meios de capacitação para formação de recursos humanos para o setor turístico, conforme detalhado no item referente à Estratégia para o Setor Produtivo. Ressalta-se ainda que, se por um lado a profissionalização dos serviços ofertados é uma premência, não se deve abandonar a característica de meios de hospedagem informais, nos quais o turista sente parte da vida local. É estratégia do estado investir na capacitação de mão-de-obra para o turismo, bem como incentivar o desenvolvimento profissional do empresariado.

Devido principalmente à caracterização de pequenos empresários, as associações têm significativa importância. Da mesma forma, há grande relacionamento e dependência entre os setores, que buscam solução conjunta para seus problemas. É ainda bastante comum o atrelamento de um mesmo empresário a empreendimentos de vários setores, tais como o proprietário do hotel ou restaurante dispor de uma agência de viagem e/ou locadora de veículos. A grande dificuldade está na busca do hóspede. Até recentemente a comercialização era feita de forma direta, sem intermediação de operadoras de turismo.

Destaca-se no setor privado as seguintes entidades ligadas ao turismo:

- ABAV / SE – Associação Brasileira de Agentes de Viagens;
- ABIH / SE – Associação Brasileira de Hotéis;
- ABRAJET / SE – Associação Brasileira de Jornalistas Especializados em Turismo;
- ABRASEL / SE – Associação Brasileira de Empresas de Entretenimento e Lazer;
- SINGTUR / SE – Sindicato dos Guias de turismo;
- SINDETUR / SE – Sindicato das Empresas de Turismo.

Segundo informações coletadas, a ABAV tem como associados cerca de 60% das agências locais. É uma associação forte que representa segurança para a classe. Tem buscado se distinguir pela qualidade de serviços oferecidos por seus associados, sendo considerada por muitos um centro de qualidade.

A ABIH também tem papel de destaque. Dos cerca de 60 estabelecimentos ligados a hospedagem em Aracaju, tem entre seus associados 20. Embora seja um número reduzido em relação ao total de equipamentos, representam cerca de 80% dos leitos disponíveis (4.500 leitos) e equipamentos de qualidade. Todos os empresários relacionados a equipamentos mais conhecidos estão entre seus associados.

A associação, junto com a ABIH nacional, vem desenvolvendo parcerias para capacitação de pessoal, ações de promoção e marketing, prestação de serviços de assessoria jurídica e outros. Vem também desenvolvendo estratégias para atrair maior número de associados, passando a representar não somente a elite.

A ABRASEL, entidade também de âmbito nacional, tem entre seus associados praticamente 65% dos empresários ligados à alimentação, bebida e serviços turísticos. Ressalta-se que da mesma forma para as outras associações, esse percentual engloba equipamentos de maior qualidade. Está em funcionamento há cerca de 4 anos e vem desenvolvendo sistema de qualidade, selo verde, em parceria com SENAC, SEBRAE e Sistema de Hospitalidade da Bahia. O referido sistema permitirá ao turista a identificação dos estabelecimentos que mantêm padrão de serviço em acordo com critérios estipulados.

Com base nas informações fornecidas durante entrevistas com as associações locais, o setor privado é, de forma geral, bastante coeso e forma um bloco único. Os segmentos discutem bastante entre si, com constante troca de idéias e formação de parceira para desenvolvimento conjunto de ações, principalmente de busca de apoio junto ao setor público e marketing. Citam-se como exemplos: a participação em feiras e eventos nacionais e a divulgação dos festejos de São João. Todas as entidades representativas de classes participam, ainda, das decisões turísticas do estado através do Conselho Pólo dos Coqueirais.

Com o desenvolvimento das ações do Prodetur e a formação do Conselho do Pólo Costa dos Coqueirais, a relação entre empresários e governo está em processo de estreitamento. Tendo em vista que no passado não havia ações claras de coordenação e ordenamento do desenvolvimento turístico, o entrosamento entre o setor público e privado era praticamente inexistente. Mesmos dentro do setor público não havia esforço conjunto para empreendimento de tais ações. Atualmente essa prática tem iniciado um processo de mudança, havendo discussões de idéias e reuniões de vários setores para consenso de diretrizes, principalmente através do fórum empresarial. O objetivo é que esse processo seja amadurecido até que se chegue ao envolvimento maior da sociedade no processo de desenvolvimento turístico de Sergipe.

O Conselho de Turismo do Pólo Costa dos Coqueirais, de acordo com Estatutos de abril de 2000, constitui um espaço sistematizado para planejar, deliberar e viabilizar as ações que concorram para o desenvolvimento do turismo no Estado de Sergipe. Trata-se de atividade empresarial compartilhada, coordenada pelo Banco do Nordeste, órgão público de fomento do desenvolvimento econômico e social na Região Nordeste.

O trabalho do Conselho de Turismo é executado de forma a contemplar as principais dimensões do desenvolvimento – infra-estrutura econômica, aspecto social, meio ambiente, informação e conhecimento – com vistas à construção de uma visão de futuro para o Pólo Costa dos Coqueirais, envolvendo a representação dos diversos segmentos que compõem a cadeia produtiva do turismo. A coordenação do Conselho é exercida pelo Banco do Nordeste, em sinergia com todos os organismos participantes e com as unidades estaduais do turismo, como agentes institucionais do estado.

No exercício de suas atribuições, o Conselho atua como:

- facilitador e integrador do processo de desenvolvimento do turismo;
- fomentador da visão de produto turístico integrado no espaço regional;
- provedor de competências: conhecimento da região, desenvolvimento local, capacitação, crédito, estudos econômicos, infra-estrutura, meio ambiente e promoção de investimentos.

Aos agentes institucionais do estado cabe, no bojo do conselho, direcionar os programas estaduais para o âmbito das ações regionais do turismo e ajustar as ações de interiorização do turismo no estado (Programa Nacional de

Municipalização do Turismo), direcionando os destinos turísticos da base local para os corredores estruturantes regionais.

O Conselho é composto por:

- Banco do Nordeste – coordenador,;
- Governo do Estado (Secretarias de Estado da Cultura e do Turismo, Educação e Desportos, Meio Ambiente, Segurança Pública e Defesa da Cidadania, Planejamento, Ação Social e Trabalho);
- iniciativa privada (Federação do Comércio do Estado de Sergipe – FECOMÉRCIO, Federação das Indústrias do Estado de Sergipe – FIESE; Federação dos Clubes de Diretores Lojistas de Aracaju – FCDL, Câmara dos Diretores Lojistas de Aracaju);
- administrações municipais (Prefeito Municipal de Aracaju e um representante do conjunto de municípios que compõem o Pólo);
- instituições financeiras (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, Banco do Estado de Sergipe – BANESE);
- outros órgãos, representados por: SEBRAE/Sergipe, Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – IBAMA, Secretaria do Patrimônio da União de Sergipe, Fundação Nacional de Saúde – Coordenação Regional / SE;
- Universidades – representadas por Universidade Federal de Sergipe - UFS e Universidade Tiradentes – UNIT;
- Trade Turístico: Associação Brasileira de Agentes de Viagens – ABAV/Aracaju, Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – ABIH/Aracaju, Associação Brasileira de Empresas de Entretenimento e Lazer – ABRASEL, Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo – ABRAJET, Sindicato das Empresas de Turismo – SINDETUR.

São órgãos do Conselho: o Plenário, a Coordenação e os Grupos de Trabalho especialmente constituídos. A área de abrangência do Conselho de Turismo compreende os 17 municípios que compõem a Costa dos Coqueirais, e não apenas os treze selecionados para composição deste PDITS.

O empresariado tem desempenhado um importante papel no Conselho Costa dos Coqueirais. Ciente de sua representatividade, vem atuando de forma integrada (com opinião única dos vários segmentos do setor privado). Tem buscado a participação nas decisões de desenvolvimento do turismo em Sergipe, esperando que o Plano da Estratégia Estadual e o PDITS estabeleçam as diretrizes de desenvolvimento, possibilitando um comprometimento entre ações públicas e privadas. Demonstra desejo de formação de parceria com o setor público atrelada ao desenvolvimento de empreendimentos do setor turístico, e vem utilizando-se do conselho como fórum de participação e para expressar reivindicações.

Um importante passo para o estreitamento das relações entre o setor público e o privado foi a criação da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo no segundo semestre de 2000. Os resultados do trabalho da Secretaria têm sido muito bons e várias ações vêm sendo realizadas em parceria.

Quando perguntados sobre as principais necessidades do setor, as considerações são: formação de pessoal adequado para atuar na área; melhoria do serviço de informações turísticas; sinalização turística e fortalecimento dos circuitos/ produtos turísticos já comercializados, com ênfase para os atrativos histórico-culturais de São Cristóvão e Laranjeiras; manutenção das condições de segurança, um dos grandes atrativos locais, através de ações de prevenção; e trabalho visando a recuperação/ divulgação do folclore sergipano.

Enfatizam ainda a necessidade de investimento na infra-estrutura de acesso, completando o sistema rodoviário SE 100 Sul através da implantação da ponte, e complementação das obras do Aeroporto; e na continuidade às obras de saneamento de Aracaju. É ressaltada ainda a preocupação com a qualidade ambiental e urbana do Bairro de Atalaia, considerado o bairro turístico de Aracaju.

A necessidade de divulgação do estado é outra das preocupações dos empresários, que acreditam caber ao governo a tarefa de conduzir as ações necessárias para tornar Sergipe mais conhecido a nível nacional, porém não se eximem de realizar trabalhos conjuntos de marketing e comercialização.

Não citam espontaneamente problemas de gestão, nem de dificuldades financeiras para empreender. Comentam, inclusive, saber da existência de linhas de financiamento disponíveis, mas que muitos empresários locais têm investido com recursos próprios, sem recorrer a financiamentos. Quando perguntados, consideram que as questões financeiras relacionadas à operação do empreendimento devem-se à baixa demanda, que por sua vez é reflexo a pouca divulgação do estado. Não apresentam opinião firme sobre capacitação para o próprio setor, dizem ser importante mas as idéias são vagas.

Em conclusão, o setor privado é formado por empresários de origem do próprio estado (65% de sergipanos), com pouca experiência anterior na área de turismo, tomando a frente de empreendimentos de pequeno e médio porte. Os equipamentos de apoio ao turismo – hotéis, restaurantes, agências de viagem, locadoras de automóveis e empresas de entretenimento, são em sua grande maioria de gerenciamento familiar.

Com exceção de poucos casos, tanto a gestão dos empreendimentos, como a comercialização dos produtos, carecem de profissionalização. O setor privado vem organizando-se em associações, que devido principalmente à caracterização de pequenos empresários, têm significativa importância. Essas diversas associações estão constantemente reunidas e têm agido de forma coesa. Têm, ainda, realizado ações conjuntas com o governo, o que não ocorria até recentemente. Com o desenvolvimento das ações do Prodetur e a formação do Conselho do Pólo Costa dos Coqueirais, a relação entre empresários e governo está em processo de estreitamento.

Entre as principais necessidades apontadas pelo próprio empresariado está a implantação de infra-estrutura básica, a divulgação do estado, profissionalização da mão-de-obra e estruturação de produtos turísticos já comercializados.