

TASAS DE SUPERVIVENCIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL TURISMO EN SERGIPE – BRASIL

Marleide Alcantara de Araújo*
José Roberto de Lima Andrade**
Luiz Carlos de Santana Ribeiro***
Universidade Federal de Sergipe
São Cristóvão, Brasil

Resumen: Este estudio se propone evaluar las tasas de supervivencia de las micro y pequeñas empresas en los segmentos destinados a la actividad turística del estado de Sergipe, Brasil. Teniendo en cuenta que cerca del 95% de las empresas empadronadas en el Ministerio de Turismo son consideradas como micro y pequeñas empresas, la posibilidad de fracaso impacta en el desarrollo de la actividad turística. El estudio utilizó como base de datos y metodología la apertura y el cierre de empresas formales empadronadas en la Junta Comercial de Sergipe. Los principales resultados indican que en el período de 2002 a 2012 la tasa media de supervivencia de las micro y pequeñas empresas sergipanas de turismo correspondió al 79,1%, tasa superior a la media brasileña, destacándose el sector de alquiler de automóviles.

PALABRAS CLAVE: MPE, supervivencia, turismo, Sergipe.

Abstract: Survival Rates of Micro and Small Enterprises in the Tourism of Sergipe – Brazil. This paper aims to evaluate the survival's rates of micro and small enterprises in the tourism segments of Sergipe - Brazil. Whereas about 95% of the enterprises registered in the Ministry of Tourism are considered micro and small enterprises, the possibility of failure impacts the tourism development. The study used the database and methodology opening and closing of formal enterprises registered in the Commercial Registry of Sergipe. The main results indicate that in the period 2002-2012, the average survival rate of tourism's micro and small companies in Sergipe, amounted to 79.1%, especially in the car rental industry.

KEY WORDS: MPE, survivor, tourism, Sergipe.

INTRODUCCIÓN

Las transformaciones producto de la globalización de los mercados a partir de la década de 1990, ocasionaron en Brasil cambios sociales y económicos que impulsaron la aplicación de políticas de inclusión social y estímulo al desarrollo de las regiones más pobres del país. En este escenario, las micro y pequeñas empresas (MPE) se destacaron debido a la mayor facilidad de acceso al crédito y

* Maestría en Economía por la Universidad Federal de Sergipe, São Cristóvão, Brasil. Contadora de la Empresa Sergipana de Turismo EMSETUR, Aracaju, Brasil. E-mail: marleide.alcantara@emsetur.se.gov.br

** Doctor en Comunicación por la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. Profesor Asociado del Departamento de Economía de la Universidad Federal de Sergipe, Brasil. Director de la Escuela de Gobierno del Estado de Sergipe, Aracaju, Brasil. E-mail: roblima@uol.com.br

*** Doctor en Economía por el Centro de Desarrollo y Planificación Regional de la Universidad Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil. Profesor Adjunto A del Departamento de Economía de la Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Brasil. E-mail: ribeiro.luiz84@gmail.com

al mercado, la incidencia de una menor carga tributaria y una estructura administrativa más simple y menos burocrática, lo que favoreció la toma de decisiones.

Otros argumentos a favor de las MPE se basaron en la habilidad de crear nuevos puestos de trabajo en un período en el que las grandes empresas se están reduciendo, en la mejora de la relación entre industria y ambiente de trabajo, en una base industrial más flexible y diversificada, y en los estímulos a la competencia y la innovación (Morrison *et al.*, 2010; Wanhill, 2000).

En medio de las dificultades para permanecer en un ambiente altamente competitivo, el SEBRAE (2013) indica que entre 2002 y 2012 hubo un aumento del 30,9% en el número de MPE en Brasil y casi se duplicó el número de empleos formales generados por estos establecimientos.

Esta dinámica de las MPE llamó la atención de los estudiosos y los creadores de políticas públicas. En 2012 el SEBRAE indicó que el 99% del total de empresas del país eran MPE, distribuidas en los segmentos de industria, comercio y servicios. No obstante, vale ponderar que las MPE tienen una escasa madurez empresarial y a veces actúan sólo en mercados locales, más allá de que se esfuerzan constantemente para mantenerse competitivas (OECD, 2002; Audretsch, 1999; Danson, 1996; Storey, 1990).

En lo que se refiere a la generación de empleo e ingreso, las MPE fueron responsables en 2012 por el 51,7% del empleo formal en Brasil, correspondiendo al 39,8% de la masa salarial. Autores como Morrison *et al.* (2010), Wanhill (2000), Schreyer (1996), Steinhoff & Burgess (1993) y Storey (1990) dicen que hay una relación negativa entre la tasa de generación de empleo y el tamaño de las empresas. En otras palabras, las MPE presentan tasas de creación de empleo bien elevadas comparadas con las tasas de las grandes empresas. Así, de acuerdo con el SEBRAE (2013) se puede afirmar que las MPE son fundamentales para la promoción del crecimiento económico.

En el segmento de las MPE se encuadra buena parte de las empresas que actúan en los servicios de turismo, actividad fundamental para el desarrollo integrado y sustentable, bajo el aspecto sociocultural, ambiental, político-institucional y económico. El CADASTUR (2015) revela que cerca del 95% de las empresas prestadoras de servicios de turismo en Brasil (cerca de 41,3 mil empresas) están clasificadas como MPE. Es importante destacar que el turismo ha sido adoptado por los países en desarrollo como una estrategia para alcanzar el crecimiento económico (Ribeiro *et al.*, 2014; Ribeiro *et al.*, 2013; Amaral Filho, 1995; Azzoni, 1993; Ablas, 1992). Esta actividad genera empleo e ingreso, diversifica la economía, ejerce una característica de complementariedad con las industrias locales y posibilita la captación de ingresos del exterior (Leiper, 2004; Gunn & Var, 2002; Thomas & Long, 2001; Wanhill, 2000; Cooper *et al.*, 1998).

Siu (2000) destaca que existen pocos estudios empíricos sobre MPE en países en desarrollo. Tsiu-Auch (2003) enfatiza que la mayoría de los estudios sobre MPE se ha desarrollado en las

últimas tres décadas, pero muestran economías desarrolladas, principalmente de América del Norte. Aunque también se han desarrollado estudios relacionados a la MPE del turismo en países en desarrollo y subdesarrollados como Indonesia (Hampton, 2003; Dahles, 2002; Dahles & Bras, 1999), Croacia (Ateljevic & Doorne, 2000), India (Kokkranikal & Morrison, 2002), Sudáfrica (Rogerson, 2005), China (Zhang & Morrison, 2007) y Kenia (Mshenga *et al.*, 2010).

Mientras que Sakowski (2015), el SEBRAE (2013) y la OECD (2002) indican bajas tasas de supervivencia de las MPE ligadas al turismo en Brasil. Según el SEBRAE (2013) cada 100 empresas, 24 no sobreviven a los primeros dos años de actividad. La posibilidad de fracaso impacta en el desarrollo regional, generando perjuicios económicos y sociales para todo el país, además de repercutir negativamente sobre la eficacia de las políticas de incentivo a la creación de estos emprendimientos en Brasil.

El objetivo de este artículo es evaluar de forma descriptiva las tasas de supervivencia de las MPE asociadas a la actividad turística en el Estado de Sergipe (Brasil) entre 2002 y 2012. Sumado a esto se procuró analizar la historia de las pequeñas empresas en sus dimensiones económicas y sociales como generadoras de empleo e ingreso.

De ese modo, la principal contribución de este trabajo es la utilización de datos inéditos para el análisis de la supervivencia y cierre de MPE ligadas a las actividades turísticas del Estado de Sergipe. Silva & Anjos (2015) analizan la distribución de los pequeños hospedajes en Santa Catarina, mientras que Teixeira & Carvalho (2013) y Sacramento & Teixeira (2012) evalúan los conflictos familiares y las redes de cooperación y las relaciones de los pequeños y medianos hoteles de la ciudad de Aracaju/SE respectivamente. La escasez de trabajos relacionados con la MPE turística en Brasil, considerando una perspectiva más amplia, presenta un área importante de estudios sobre la economía del turismo en el país.

Este artículo está formado por cinco secciones. La primera se refiere a las MPE en el turismo, la segunda trata sobre la supervivencia de ese tipo de emprendimientos, la tercera presenta la metodología y la base de datos, la cuarta discute los resultados, y la última establece las consideraciones finales.

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL TURISMO

La especialización de la economía dentro de determinada región, país, o incluso entre países se caracteriza por el comercio de bienes y servicios. En condiciones de *expansión* “*el sector de turismo abre oportunidades para una variedad de emprendedores interesados en la actividad, pues, la actividad turística tanto en Brasil como en otras partes del mundo, tiene una importante relación con el mercado financiero*” (Carvalho & Vasconcellos, 2006: 217).

De acuerdo con Reinl & Kelliher (2014) las MPE dominan el sector de turismo internacionalmente, aunque sean pocos los estudios acerca de las interrelaciones entre las empresas de turismo. Para Thomas *et al.* (2011) uno de los desarrollos a nivel internacional más notables en políticas de turismo en las últimas dos décadas ha sido el crecimiento del interés en las pequeñas empresas. Wanhill (2000), por su parte, argumenta que la promoción de MPE de turismo en la Unión Europea puede ser vista como una estrategia importante para el desarrollo de regiones periféricas y de turismo de base comunitaria, promoviendo bases para o emprendedorismo y la creación de empleo.

Los objetivos económicos básicos (aumento del ingreso, inversiones, oportunidades de empleo y minimización de los efectos sociales y culturales adversos) pueden ser mejor alcanzados por medio de la promoción de MPE en detrimento de las grandes empresas de la industria del turismo (Morrison *et al.*, 2010; Wanhill, 2000; Rodenburg, 1980).

Es importante destacar que el estilo de vida de los propietarios de las MPE, motivado por objetivos no económicos, no producirá muchos empleos y no necesariamente promoverá la competitividad industrial y la estabilidad de la comunidad (Morrison *et al.*, 2010; Getz & Petersen, 2005; Shaw & Williams, 2004).

Pero específicamente para el caso brasileño, las MPE están involucradas en buena parte de la provisión de los productos y servicios caracterizados en la oferta turística, con una fuerte actuación en los diversos sectores del turismo local y regional. En 2010 más del 80% de los establecimientos de este sector optaron por el *Simple Nacional* como régimen de tributación, pudiendo ser considerados MPE (Sakowski, 2015: 41). Este régimen tributario es diferenciado, más simple y está previsto en la Ley Complementar nº 123 del 14/12/2006.

El Estado reglamentó la actividad autónoma y empresarial contemplando a los prestadores de servicios turísticos constituidos como empresarios individuales, sociedades empresariales y sociedades simples, y a los servicios sociales autónomos prestadores de servicios turísticos remunerados que ejercen actividades económicas relacionadas con la cadena productiva del turismo.

La Política Nacional de Turismo fue implementada por medio de la Ley nº 11.771 del 17 de septiembre de 2008 y entre otras medidas hizo obligatoria la inscripción de personas físicas y jurídicas en el CADASTUR, Sistema de empadronamiento regido por el Ministerio de Turismo (MTUR) en asociación con los organismos oficiales de turismo. En base a esta propuesta la inscripción da acceso al ordenamiento, formalización y legalización, además de acceso a diferentes datos catastrales de los prestadores de servicios turísticos.

Ampliando un poco la clasificación de MPE de turismo presentada por Rogerson (2005) serán utilizadas las MPE con actividades económicas tales como agencias de viaje, operadores, servicios

de reservas, alojamiento, alquiler de automóviles con chofer, transporte acuático para paseos turísticos y transporte terrestre colectivo de pasajeros con régimen de fletamento.

El empadronamiento de las empresas, independientemente de su tamaño, atiende a los criterios de clasificación de las actividades económicas establecidas en el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), denominados CNAE (Clasificación Nacional de Actividad Económica). Esa denominación es equivalente a "*International Standard Industrial Classification (ISIC)*" (Sakowski, 2015: 10). Su estructura está dividida en secciones, divisiones, grupos, clases y subclases; y está formada por siete dígitos. Si bien existe una gran amplitud de MPE de turismo, el CADASTUR atiende sólo las actividades económicas clasificadas como prestadores de servicios turísticos.

Especialmente en países con un área territorial extensa y disparidades regionales significativas, las estadísticas a nivel nacional y regional muchas veces son insuficientes para identificar las áreas donde el turismo es más relevante y caracterizar adecuadamente a los profesionales del sector (Sakowski, 2015: 15).

SUPERVIVENCIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

En el escenario internacional varios países analizan las expectativas de supervivencia de MPE, que en general se consolidan o no en el mercado durante los dos primeros años. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) busca identificar las tasas de supervivencia de las microempresas. Como criterio de periodicidad en su metodología utiliza la proyección de uno, dos y hasta tres años de duración (OCDE, 2010).

Según Ahn (2001) el análisis de supervivencia de MPE considera varios aspectos: I) edad; II) intensidad de capital; III) tamaño; IV) estructura administrativa; V) productividad; y VI) innovación. Las MPE tienen un bajo índice de supervivencia en los primeros años pero presentan una elevada probabilidad de rápido crecimiento si sobreviven (Ahn, 2001; Barkham *et al.*, 1996).

Las tasas de supervivencia de las empresas de los países monitoreados por la OCDE en 2009, presentaron una media de dos años de continuidad en las empresas inauguradas en 2007. El país que alcanzó la mayor tasa de supervivencia en ese período fue Eslovenia (78%) y los países que alcanzaron las menores tasas fueron Portugal (51%) y Holanda (50%).

En Brasil los condicionantes de competitividad para las pequeñas empresas son el desempeño y la eficiencia empresarial. En este sentido, los factores como las condiciones de productividad y de acceso a financiamiento tienen un lugar central. En un ambiente económico de frecuentes oscilaciones la supervivencia de cualquier organización está condicionada a la capacidad de prever situaciones adversas o desfavorables y de adecuarse a las nuevas realidades.

Una de las prioridades del sector público es la generación de empleo, punto compatible con el desarrollo de las MPE. Así, el gobierno puede orientarlas estratégicamente para mejorar el desempeño de esa categoría de empresas en el mercado (ayudando a su supervivencia). Al dar asistencia financiera, el Estado incentiva a las MPE de turismo a que trabajen asociadas a él (Wanhill, 2000). No obstante, Thomas (2000) destaca que las políticas destinadas a las MPE de turismo tienden a ser más eficaces si son informadas por estudios específicos de esa categoría de empresas.

En 2009 la expectativa de continuidad de las empresas en Brasil indicó que la tasa de supervivencia alcanzó índices favorables (75,6%) y superiores a países como Canadá (74%) y España (69%), por ejemplo. Esto implica una mortalidad de esos emprendimientos en Brasil del 24,4%. En otras palabras, cada 100 empresas, 24 no sobreviven a los primeros dos años de actividad (SEBRAE, 2013).

Entre las posibles hipótesis para el cierre de estas empresas se supone: la falta de profesionalismo debido a la carencia de mecanismos de gerenciamiento y control; y los factores económicos como la incidencia de la alta carga tributaria, las dificultades de acceso al crédito, la informalidad, entre otros.

Las tasas de supervivencia de la industria y el comercio en Brasil en 2009 fueron de 79,9% y 77,7% respectivamente. El análisis por regiones indica que en 2009 la región Sudeste alcanzó la más alta tasa de supervivencia (78,2%), seguida por la región Sur (75,3%). La región Nordeste presentó una leve retracción (de 71,9% en 2007 a 71,3% en 2009) (SEBRAE, 2013).

Es fundamental identificar qué indicadores posibilitan o no la elevación o la caída de la tasa de supervivencia de las empresas. Audretsch (1999), Hall (1995) y Barkham *et al.* (1996) dicen que la probabilidad de supervivencia de una empresa está correlacionada positivamente con su tamaño y edad.

METODOLOGÍA

Es oportuno presentar inicialmente el concepto adoptado de MPE, ya que según Curran & Blackburn (1994) no existe una única definición sino varias de acuerdo a las diversas características a ser priorizadas. Jones & Tilley (2003) dicen que por el número de empleados es la mejor forma de definir las. Reinl & Kelliher (2014) y Liberman-Yaconi *et al.* (2010) afirman que el número de empleados se convirtió en el modelo de clasificación de estas empresas en la bibliografía sobre administración. Pero específicamente en el campo del turismo, Morrison & Conway (2007) y Thomas (2000) presentan un conjunto de definiciones específicas de MPE de turismo.

En este estudio se adoptó el criterio por facturación del Gobierno Federal de Brasil (Ley Complementar nº 123 de 14/12/2006): Microempresa (facturación igual o inferior a R\$ 360.000,00);

Pequeña y Mediana Empresa (facturación superior a R\$ 360.000,00 e igual o inferior a R\$ 3.600.000,00). En Brasil prevalece la definición por tamaño de las empresas en base a criterios cuantitativos. La opción por criterio de facturación está fundamentada en el *Simple Nacional*, el cual establece parámetros de encuadre limitado en base a la facturación bruta anual de las empresas.

La información fue recolectada *in loco* por medio del banco de datos de la Junta Comercial del Estado de Sergipe (JUCESE, 2015), organismo oficial que archiva las actas constitutivas de todos los emprendimientos mercantiles formales del Estado de Sergipe. El tratamiento de los datos se enfocó en el aspecto cuantitativo de las MPE creadas y dadas de baja entre 2002 y 2012.

Para calcular y medir la tasa de supervivencia se buscó identificar la situación de las empresas en dos momentos distintos: I) anualmente; y II) en todo el período. El fin fue medir la cantidad de empresas constituidas y dadas de baja formalmente, cuantificando las tasas de supervivencia de las MPE en Sergipe.

Universo de estudio y descripción de la naturaleza jurídica

El universo de estudio fue restringido a las MPE con actividades económicas específicas de turismo, de origen brasileño (no extranjeras), localizadas en el Estado de Sergipe. Se seleccionaron empresas compatibles con las actividades mercantiles descritas en la JUCESE como: Empresario y Sociedades Empresarias, definidas como establecimiento matriz o filial. Podían poseer sede en otro Estado, pero el registro debía haber sido realizado en Sergipe.

Descripción de la actividad económica

Para la investigación se seleccionaron las actividades económicas (CNAE) clasificadas a continuación:

4923-0/02 Alquiler de vehículos de pasajeros con chofer.

4929-0/02 Transporte terrestre colectivo de pasajeros bajo el régimen de fletamento, intermunicipal, interestadual e internacional.

5099-8/01 Servicio de transporte acuático para paseos turísticos.

5590-6/03 Alojamiento con o sin servicio de alimentación.

7711-0/00 Alquiler de automóviles sin conductor.

7911-2/00 Agencia de viaje (turismo).

7912-1/00 Operadores turísticos.

7990-2/00 Servicios de reserva y otros servicios de turismo no especificados anteriormente.

Delimitación de los conjuntos de universos

Universo 1: Cantidad de empresas constituidas formalmente, año a año, o en un determinado espacio de tiempo.

Universo 2: Cantidad de empresas que terminaron sus actividades mediante el proceso formal de baja, año a año, o en un determinado espacio de tiempo.

Las limitaciones del presente estudio están vinculadas a la omisión de información en relación a la ausencia del registro de baja por parte de las empresas inactivas en la JUCESE y en los demás órganos de control; más allá de la falta de información socioeconómica en el universo de las empresas estudiadas que permitiera detectar posibles impedimentos en su operatividad. No obstante, el grado de confiabilidad de la información recolectada *in loco* corresponde al 97% de los archivos empresariales.

Índices y tasas de supervivencia/mortalidad

Para medir el desempeño en la creación y cierre de las empresas se utilizaron los siguientes criterios:

- Análisis comparativo de los datos mediante la aplicación de las tasas básicas de crecimiento durante todo el período de la investigación.

- División de las empresas en tres grupos: I) Agencias de Viaje, Reservas y Operadores de Turismo; II) Rentadoras de Vehículos con y sin chofer, y Transporte Acuático; y III) Alojamiento y Fletamento de Vehículos.

- Determinación de las tasas de supervivencia en el período intercalado de dos años. De esta forma, utilizando como ejemplo la determinación de la tasa de supervivencia para el año 2009 se obtiene:

$$TM = \frac{EE \cdot 100}{EC} \quad (1)$$

$$TS = 100 - TM \quad (2)$$

Donde:

TM: Tasa de mortalidad de 2 años en 2009;

EE: Establecimientos cerrados en 2011;

EC: Establecimientos constituidos en 2009.

TS: Tasa de supervivencia de 2 años en 2009;

RESULTADOS Y DEBATE

Tomando como base las empresas de turismo creadas en Sergipe, las MPE con hasta dos años de actividad presentaron proyecciones de continuidad variadas. Las Tablas 1, 2 y 3 muestran las tasas de supervivencia y mortalidad a lo largo de la serie. En lo que respecta a la continuidad de las empresas el análisis del Grupo 1 (Tabla 1) indica que durante el año 2005 todos los segmentos alcanzaron las mejores tasas de supervivencia.

Tabla 1: Sergipe - Grupo 1 - Tasa Supervivencia y Mortalidad, 2002 - 2012 (%)

Período	Agencias de Viaje		Reservas		Operadores de turismo	
	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad
2002	86,7	13,3	83,3	16,7	85,7	14,3
2003	92,9	7,1	91,7	8,3	87,5	12,5
2004	80,0	20,0	75,0	25,0	75,0	25
2005	94,1	5,9	93,1	6,9	93,1	6,9
2006	77,8	22,2	77,8	22,2	77,8	22,2
2007	81,3	18,7	70,0	30,0	42,9	57,1
2008	71,4	28,6	72,7	27,3	50,0	50
2009	85,2	14,8	85,7	14,3	84,6	15,4
2010	90,7	9,3	92,5	7,5	87,5	12,5
2011	74,2	25,8	78,8	21,2	80,0	20,0
2012	78,9	21,1	67,9	32,1	75,9	24,1
Media	83,0	17,0	80,8	19,2	76,4	23,6

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

Las Agencias de Viaje registraron un 94,1%, y las demás obtuvieron el mismo índice (93,1%). En este grupo los menores resultados ocurrieron en 2007 con las Operadoras de Turismo (42,9%). El estudio de la tasa media anual de supervivencia mostró las siguientes tasas: Agencias de Viaje (83,0%), Empresas de Reservas (80,8%) y Operadoras de Turismo (76,4%). De acuerdo con los datos, cada 100 Agencias de Viaje abiertas anualmente en Sergipe, 83 sobreviven y 17 cierran. Esto mismo se puede aplicar en relación a los demás segmentos.

El análisis del Grupo 2 (Tabla 2) indica que entre 2002 y 2003 hubo un mayor dinamismo para las rentadoras de vehículos. En 2002 un 100% de éxito para las empresas que no proporcionan chofer y en 2003 un 100% de éxito para las que prestan el servicio con chofer. Los menores resultados ocurrieron en 2007 para las Rentadoras de Vehículos sin Chofer (82%). En estos dos segmentos se alcanzaron las mayores tasas medias de supervivencia de la serie, medidas en las Rentadoras de Vehículos con Chofer (93,8%), seguidas por las Rentadoras sin Chofer (91,5%). Por otro lado, en el mismo grupo se dio la mayor tasa media de mortalidad medida para las empresas de Transporte

Acuático (61,4%). Según estos datos, cada 100 empresas creadas anualmente en Sergipe en este último segmento, 39 sobreviven y 61 cierran.

Tabla 2: Sergipe - Grupo 2 - Tasa Supervivencia y Mortalidad, 2002 - 2012 (%)

Período	Rent. Vehículo c/ Chofer		Rent. Vehículo s/ Chofer		Transporte Acuático	
	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad
2002	98,3	1,7	100,0	0	0	0
2003	100,0	0	94,7	5,3	0	0
2004	97,4	2,6	95,2	4,8	0	0
2005	88,4	11,6	90,8	9,2	0	0
2006	95,5	4,5	91,4	8,6	0	0
2007	93,6	6,4	82,9	17,1	100,0	0
2008	95,3	4,7	90,5	9,5	100,0	0
2009	95,5	4,5	92,1	7,9	0	0
2010	87,9	12,1	90,9	9,1	100,0	0
2011	93,7	6,3	91,4	8,6	75,0	25,0
2012	86,4	13,6	86,7	13,3	50,0	50,0
Media	93,8	6,2	91,5	8,5	38,6	61,4

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

El Grupo 3 (Tabla 3) abarcó las empresas de Alojamiento y Fletamento de Vehículos. Se verificó que el primer segmento presentó mayor dinamismo con 100% de éxito en diversos años.

Tabla 3: Sergipe - Grupo 3 - Tasa Supervivencia y Mortalidad, 2002 - 2012 (%)

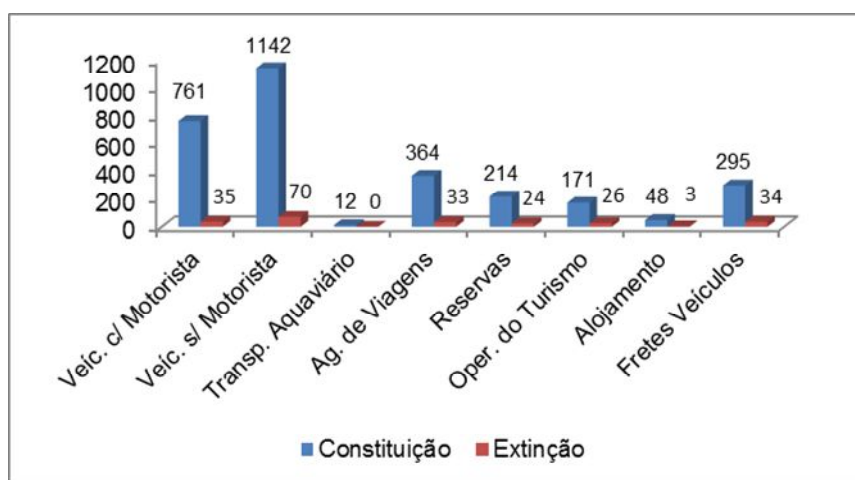
Período	Alojamiento		Fletamento de Vehículos	
	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad	Tasa Supervivencia	Tasa Mortalidad
2002	100,0	0	92,3	7,7
2003	100,0	0	88,5	11,5
2004	75,0	25,0	88,0	12,0
2005	50,0	50,0	92,3	7,7
2006	100,0	0	80,0	20,0
2007	100,0	0	69,2	30,8
2008	100,0	0	84,0	16,0
2009	83,3	16,7	82,8	17,2
2010	100,0	0	82,1	17,9
2011	60,0	40,0	82,5	17,5
2012	100,0	0	42,1	57,9
Media	88,0	12,0	80,3	19,7

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

En la Tabla 3 se observa que las empresas con servicios de Fletamento de Vehículos también presentaron un buen desempeño, registrando las mayores tasas en 2002 y 2005 (92,3%). En este grupo los menores resultados ocurrieron en 2011 para las empresas de Alojamiento (60,0%) y en 2012 para los servicios de Fletamento de Vehículos (42,1%). La comparación anual de las tasas medias de supervivencia muestra el equilibrio en los dos segmentos, registrando 80,3% y 88,0% para las MPE de Fletamento de Vehículos y Alojamiento, respectivamente.

La Figura 1 presenta el panorama comparativo de la creación y cierre de las empresas de turismo. Este análisis indica que las Rentadoras de Vehículos sin chofer lideran las creaciones entre las pequeñas empresas, sumando 1.142 registros (38% del total de MPE estudiadas en todos los segmentos). Las Rentadoras con chofer tuvieron 761 aperturas, obteniendo el segundo puesto entre las actividades con mayor cantidad de aperturas.

Figura 1: Creación y cierre de empresas en Sergipe, 2002 - 2012 (nº de registros)



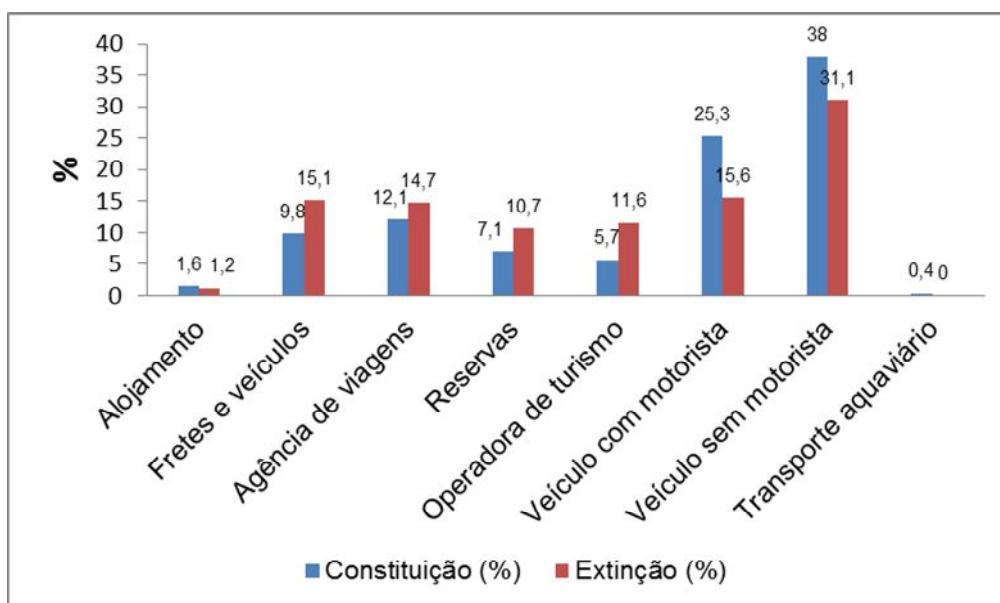
Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

También se destacaron en este segmento las Agencias de Viaje con 364 aperturas y los servicios de Fletamento de Vehículos con 295 registros. Los menores volúmenes en registros los obtuvieron las empresas de Alojamiento (48 aperturas) y Transporte Acuático (12 registros).

El análisis de cierres indica que el volumen de bajas de las Rentadoras de Vehículos sin chofer, también se destacó del resto con 70 registros, equivalente al 6% del total de MPE creadas y al 31% de MPE cerradas. Entre las empresas con los mayores porcentajes de baja en relación a sus creaciones están: Fletamento de Vehículos - 34 bajas (12%); Operadores de Turismo - 26 registros (15%); Reservas - 24 registros (11%); Agencias de Viaje - 33 registros (9%) y Rentadoras de Vehículos con chofer - 35 registros (5%). Las empresas de Alojamiento registraron 3 bajas (6%) y no se registraron bajas de las MPE de Transporte Acuático.

La distribución porcentual de las actividades de turismo en la apertura y cierre de las MPE, puede observarse en la Figura 2. Las Rentadoras de Vehículos sin chofer y con chofer respondieron por el 38% y el 25,3% de los registros respectivamente. Las actividades con menor participación fueron las empresas de Alojamiento (1,6%) y Transporte Acuático (0,4%). En lo que respecta al cierre se destacan las Rentadoras de Vehículos sin chofer (31,1%) y con chofer (15,6%).

Figura 2: Participación porcentual por actividad en Sergipe – Creación y cierre, 2002 - 2012 (%)

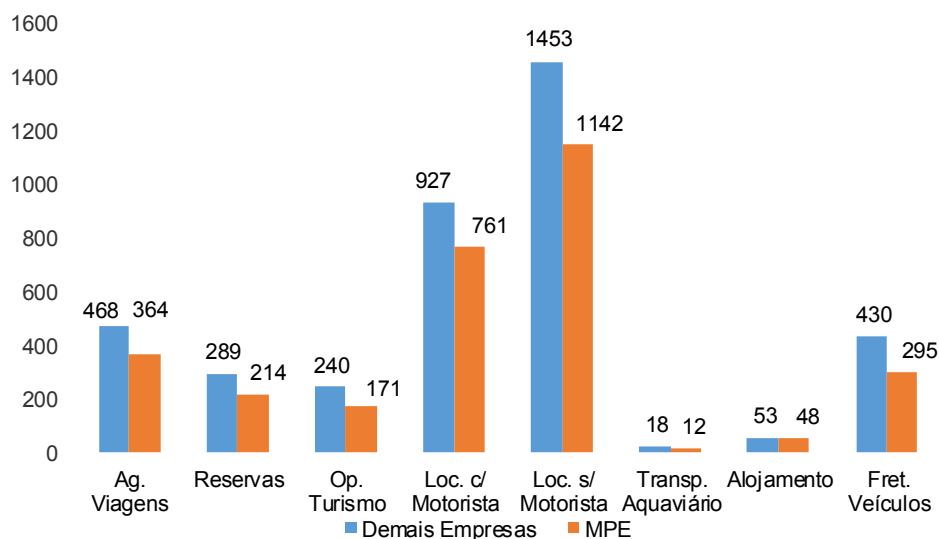


Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

La Figura 3 presenta los números consolidados de las empresas de turismo en el período de 2002 a 2012, distribuidos entre MPE y “demás empresas” no encuadradas en los segmentos de micro y pequeño porte. El análisis comparativo de los registros consolidados de creación muestra que Sergipe sigue la tendencia nacional en relación al crecimiento de las MPE. Las Rentadoras de Vehículos sin chofer sumaron el equivalente al 78% de las demás empresas en la misma actividad. Las Rentadoras de Vehículos con chofer sumaron el equivalente al 82% de las demás empresas. Al comparar las MPE con las demás empresas se destacaron: Agencias de Viaje (78%), Fletamento de Vehículos (68,6%), Transporte Acuático (67%), y Alojamiento con una menor cantidad de registros aunque el de mayor incidencia de las MPE (91%).

El análisis de los registros de cierre de las MPE y “demás empresas” indica que en Sergipe los registros de baja equivalen al 10% de las demás empresas y el 7,5% de las MPE. Al comparar las dos clasificaciones, las Rentadoras de Vehículos con chofer sumaron el equivalente al 74% de las demás empresas; y las Rentadoras de Vehículos sin chofer sumaron el equivalente al 56%. Las MPE que también presentaron porcentajes significativos fueron: Fletamento de Vehículos (64%), Agencias de Viaje (59%) y Operadores de Turismo (56%) (Figura 4).

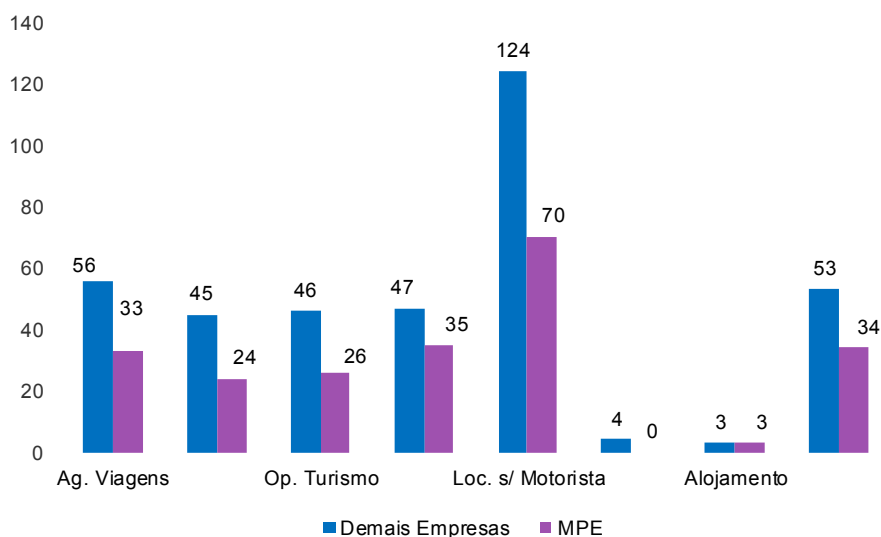
Figura 3: Creación de empresas en Sergipe, 2002 - 2012 (nº de registros)



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

El análisis de los segmentos investigados identificó las características que pueden contribuir a la proyección de los resultados encontrados. Las actividades del Grupo 1 (Agencias de Viaje, Servicios de Reservas y Operadores de Turismo) son comunes en la composición del objeto social de una misma empresa, lo que explica la similitud en los datos de creación y de baja de las MPE estudiadas. Los elementos que conforman los servicios brindados por medio de las Agencias de Viaje no incluyen sólo las actividades específicas del turismo sino servicios para otras empresas que contribuyen en su permanencia, como la venta de pasajes de las empresas de transporte para clientes comerciales por ejemplo.

Figura 4: Cierre de empresas en Sergipe, 2002 - 2012 (nº de registros)



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

Lo mismo ocurre con las empresas del Grupo 2 (Alquiler de Vehículos y Transporte Acuático). Los dos primeros segmentos también inciden en la ejecución de actividades comerciales, incluso de prestación al servicio público sin fines turísticos, e incluye alquiler de transporte para empleados y ejecutivos por ejemplo. Esta dinámica puede justificar los mayores volúmenes en sus registros de creación y de baja. De esta forma, la totalidad de los servicios prestados de forma temporaria o permanente, definirá las posibilidades de continuidad de estas empresas en el mercado. El Transporte Acuático, por su parte, es una actividad típica del turismo que por sus particularidades de locomoción en aguas costeras o en vías internas (ríos, lagos, lagunas y canales), supone altos costos de adquisición y mantenimiento de las embarcaciones, además de las limitaciones estacionales. En este sentido, los resultados obtenidos por medio de la tasa media anual de supervivencia (39%) muestran que para esta actividad las dificultades de permanencia en el mercado competitivo son mayores y pertinentes.

Por medio del análisis del Grupo 3 (Alojamiento y Fletamento de Vehículos) se observa que las actividades de Alojamiento son específicas del turismo receptivo e involucran la necesidad de una infraestructura básica y condiciones favorables de funcionamiento, como mano de obra y capital para invertir. Esto explica el bajo volumen de apertura en el período (48 registros).

CONSIDERACIONES FINALES

Este estudio tuvo por finalidad analizar y presentar las tasas de supervivencia de las MPE ligadas a la actividad turística en el Estado de Sergipe. Los resultados relacionados con la media anual de la serie (Tablas 1, 2 y 3) indican que en prácticamente todos los segmentos los porcentajes de supervivencia fueron superiores a la media nacional y regional, excluyéndose sólo las actividades de Transporte Acuático. Los resultados para el período de 2002 a 2012, verificándose la media de la totalidad de todos los segmentos de turismo estudiados, indican que la tasa media de supervivencia de las MPE en Sergipe corresponde a 79,1%. En otras palabras, cada 100 empresas establecidas en los segmentos de turismo en Sergipe, 21 no sobreviven a los primeros dos años de actividad. Como se observó anteriormente también fue superior el porcentaje de la media nacional y de todas las regiones del país.

En los segmentos con mayores tasas medias de supervivencia se destacaron las Rentadoras de Vehículos con Chofer (93,8%), seguidas por las Rentadoras sin Chofer (91,5%). Por otro lado, las empresas de Transporte Acuático alcanzaron la mayor tasa media de mortalidad (61,4%).

En relación al volumen de empresas cerradas los condicionantes de competitividad para las MPE pueden estar asociados al desempeño y la eficiencia empresarial. Entre las posibles causas del cierre se suponen: falta de profesionalismo debido a la carencia de mecanismos de gerenciamiento y control; y factores económicos como la incidencia de la alta carga tributaria, las dificultades de acceso al crédito y la informalidad, entre otros. Las dificultades producto de la inserción de esas empresas en

el turismo local están relacionadas con la falta de capacitación por parte de emprendedores, empleados y demás involucrados en los servicios de apoyo al turismo interno y externo.

Autores como Ricci & Filho (2008) consideran importante la inclusión de medidas de desempeño en los distintos niveles de las MPE hoteleras como instrumento de competitividad y de supervivencia en el mercado. Proponen la búsqueda constante de innovación. En este sentido, [...] *el aumento del contenido de conocimiento científico y tecnológico de los bienes y servicios genera un nuevo desafío para los países, regiones, localidades, empresas o sociedades, en el sentido de la capacitación científica y tecnológica como una pre condición para el éxito productivo y comercial* (Diniz, 2001: 11).

El uso de nuevas tecnologías, la calificación de personal, la utilización de técnicas eficientes de producción y control (aumento de la productividad) y el acceso al financiamiento son características imprescindibles para la supervivencia de las MPE. En este sentido, las dificultades vividas por las MPE en el turismo local demandan políticas que promuevan el desarrollo económico inclusivo, mediante la aplicación de instrumentos que viabilicen la integración entre esas organizaciones y las entidades de fomento del turismo. Esto, por su parte, puede potenciar la competitividad del turismo sergipano. Los datos de la investigación refuerzan el desempeño de las MPE como fundamentales para promover el crecimiento económico del país a través de la generación de empleo e ingreso.

Reinl & Kelliher (2014) apoyan la formación de redes de cooperación entre MPE, mediante las cuales se puede crear conocimiento, compartirlo y utilizarlo para mejorar la eficiencia e innovación entre las MPE participantes. Esto posibilita una serie de ventajas, siendo el beneficio final, según Kelliher *et al.* (2009) y Morisson *et al.* (2004), el desarrollo turístico.

A pesar de que el estudio presenta las tasas de supervivencia de las MPE que actúan en los diversos segmentos de la actividad turística en Sergipe, este resultado debe ser interpretado como un indicador del dinamismo del turismo sergipano en ese período. En este sentido, la metodología utilizada tiene como mérito el consolidar a lo largo de una serie histórica representativa para la economía brasileña y mundial un indicador confiable de supervivencia en los diversos sectores de la actividad turística. En tanto que es necesario que además de este indicador se agreguen otras variables importantes como influencia del ambiente externo (macroeconómico), adherencia del sector a la actividad turística (directamente o sólo parcialmente involucrando la actividad turística local), mecanismos de barreras al ingreso y la salida, y análisis interempresarial (capital, nivel de formación, grado de endeudamiento, etc.).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ablas, L. A.** (1992) "Efeitos do turismo no desenvolvimento regional". *Turismo em Análise* 2(1): 42-52
- Ahn, S.** (2001) "Firm dynamics and productivity growth: A review of micro evidence from OECD countries". Working Paper 297, OECD Economics Department, Paris
- Amaral Filho, J.** (1995) "Desenvolvimento regional endógeno: (Re) construção de um conceito, reformulação das estratégias". *Revista Econômica do Nordeste* 26(3): 326-346
- Ateljevic, I. & Doorne, S.** (2000) "Staying within the fence: lifestyle entrepreneurship in tourism". *Journal of Sustainable Tourism* 8(5): 378–392
- Audretsch, D. B.** (1999) "Small firms and efficiency". En: Acs, Z. (Coord.) *Are small firms Important? The role and impact*. Kluwer Academic Publishers, Boston, pp. 21-37
- Azzoni, C. R.** (1993) "Desenvolvimento do turismo ou desenvolvimento turístico: reflexões com base em duas regiões atrasadas de São Paulo". *Turismo em Análise* 3(1): 37-53
- Barkham, R.; Gudgin, G.; Hart, M. & Hanvey, E.** (1996) "The determinants of small firm growth". Jessica Kingsley Publishers, London
- CADASTUR – Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas no Turismo** (2015) "Empresas prestadoras de serviços de turismo no Brasil – 2015". Disponível em: [Http://cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action#](http://cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action#) Acesso El 14/12/2015
- Carvalho, I. C. P. & Vasconcellos, M. A. S.** (2006) "Introdução à economia do turismo". Saraiva, São Paulo
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D. & Wanhill, S.** (1998) "Tourism principles and practice". Longman, Harlow
- Curran, J. & Blackburn, R. A.** (1994) "Small firms and local economic network – The death of the local economy?" Paul Chapman Publishing Ltd, London
- Dahles, H.** (2002) "Tourism, small enterprises and community development". In: Richards, G. & Hall D. (Coord.) *tourism and sustainable community development*. Routledge, London, pp. 154–169
- Dahles, H. & Bras, K.** (1999) "Entrepreneurs in romance tourism in Indonesia". *Annals of Tourism Research* 26(2): 267–293
- Danson, M. W.** (1996) "Small firm formation and regional economic development". Routledge, London
- Diniz, C. C.** (2001) "Globalização, escalas territoriais e política tecnológica regionalizada no Brasil". Texto para discussão 168, UFMG/Cedeplar, Belo Horizonte
- Getz, D. & Petersen, T.** (2005) "Growth and profit oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry". *International Journal of Hospitality Management* 24: 219–242
- Gunn, C. & Var, T.** (2002) "Tourism planning – Basics, concepts, cases. Routledge, New York
- Hall, G.** (1995) "Surviving and prospering in the small firm sector". Routledge, London
- Hampton M.** (2003) "Entry points for local tourism in developing countries: evidence from Yogyakarta, Indonesia". *Geografiska Annaler* 85B(2): 85–102
- Jones, O. & Tilley, F.** (2003) "Competitive advantage in SMEs – Organising for Innovation and change". John Wiley & Sons Ltd, West Sussex

- JUCESE - Junta Comercial do Estado de Sergipe** (2015) “Coleta de dados estatísticos de Constituição e Baixa: 2002 – 2014”. Aracaju
- Kelliher, F.; Foley, A. & Frampton, A. M.** (2009) “Facilitating small firm learning networks in the Irish tourism sector”. *Journal of Tourism and Hospitality Research* 9(1): 80-95
- Kokkranikal, J. & Morrison, A.** (2002) “Entrepreneurship and sustainable tourism: The houseboats of Kerala”. *Tourism and Hospitality Research* 4(1): 7–20
- Leiper, N.** (2004) “Tourism management”. Pearson Education, Frenchs Forest
- Liberman-Yaconi, L.; Hooper, T. & Hutchings, K.** (2010) “Toward a model of understanding strategic decision-making in micro-firms: exploring the Australian Information technology sector”. *Journal of Small Business Management* 48(1):70-95
- Morrison, A.; Carlsen, J. & Weber, P.** (2010) “Small tourism business research change and evolution”. *International Journal of Tourism Research* 12: 739-749
- Morrison, A. & Conway, F.** (2007) “The status of the small hotel firm”. *The Service Industries Journal* 27(1): 47–58
- Morrison, A.; Lynch, P. & Johns, N.** (2004) “International tourism networks” *International Journal of Contemporary Management* 16(3): 197-202
- Mshenga, P. M.; Richardson, R. B.; Njehia, B. K. & Birachi, E. A.** (2010) “The contribution of tourism to micro and small enterprise growth”. *Tourism Economics* 16(4): 953-964
- OCDE** (2002) “OECD small and medium enterprise outlook – Enterprise, industry and services”. Paris
- OCDE** (2010) “The OECD structural and demographic business statistics (SDBS)”. Disponible en: <http://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=SDBS> BDI. Acceso el: 20/06/2015
- Reinl, L. & Kelliher, F.** (2014) “The social dynamics of micro-firm learning in an evolving learning community”. *Tourism Management* 40: 117-125
- Ribeiro, L. C. S.; Andrade, J. R. L. & Pereira, R. M.** (2013) “Estimação dos benefícios econômicos do Prodetur Nacional em Sergipe”. *Revista Econômica do Nordeste* 44(4): 975–1000
- Ribeiro, L. C. S.; Andrade, J. R. L. & Possas, G.** (2014) “Impactos económicos de los gastos turísticos en Sergipe y sus efectos colaterales en el resto de Brasil”. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 23(3): 447-466
- Ricci, G. L. & Filho, E. E.** (2008) “Medição de desempenho como suporte à inovação no turismo: proposta para pequenas empresas hoteleiras”. V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul
- Rodenburg, E.** (1980) “The effects of scale on economic development: tourism in Bali”. *Annals of Tourism Research* 7(2): 177–196
- Rogerson C.** (2005) “Unpacking tourism SMMEs in South Africa: structure, support needs and policy response”. *Development South Africa* 22(5): 623–642
- Sacramento, P. M. & Teixeira, R. M.** (2012) “Redes de cooperación y relacionamiento en el sector turístico: Estudio de casos múltiples en pequeños y medianos hoteles” *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(6): 1481-1501
- Sakowski, P. A. M.** (2015) “Mensurando o emprego no setor turismo no Brasil: Do nível nacional ao regional e local”. *Texto para Discussão 2073*, IPEA, Brasília

- Schreyer, P.** (1996) "SMEs and employment creation: Overview of selective qualitative studies in OECD member countries". Working Paper, OECD, Paris
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas Empresas** (2013) "Anuário do trabalho na micro e pequena empresa – 2013". Disponible en: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal>>. Acceso el 19/06/2015
- Shaw, G. & Williams, A.** (2004) "From lifestyle consumption to lifestyle production: changing patterns of tourism entrepreneurship". In: Thomas, R. (Coord.) Small firms in tourism: International perspectives. Elsevier, Oxford, pp. 99–114
- Silva, K. O. & Anjos, S. J. G.** (2015) "Análisis de la estructura de distribución de micro y pequeños hospedajes en el destino periférico Urubici, Santa Catarina, Brasil". Estudios y Perspectivas en Turismo 24(3): 590-608
- Siu, W.** (2000) "Marketing and company performance of Chinese small firms in Hong Kong". Marketing Intelligence & Planning 18(5): 292–307
- Steinhoff, D. & Burgess, J.** (1993) "Small business management fundamentals". McGraw-Hill Inc, New York
- Storey, D. J.** (1990) "Firm performance and size". In: Acs, Z. & Audretsch, D. B. (Coord.) The economics of small firms - A European challenge. Kluwer Academic Publishers, Dordrech, pp. 43-52
- Teixeira, R. M. & Carvalhal, F.** (2013) "Sucesión y conflictos en empresas familiares. Estudio de casos múltiples en pequeñas empresas hoteleras". Estudios y Perspectivas en Turismo 22(5): 854-874
- Thomas, R.** (2000) "Small firms in the tourism industry: Some conceptual issues". International Journal of Tourism Research 2: 345-353
- Thomas, R.; Shaw, G. & Page, S. (2011) "Understanding small firms in tourism: A perspective on research trends and challenges". Tourism Management 32(5): 963-976
- Thomas, R. & Long, J.** (2001) "Tourism and economic regeneration: The role of skills development". International Journal of Tourism Research 3: 229-240
- Tsiu-Auch, L.** (2003) "Learning strategies of small and medium-sized family firms". Management Learning 34(2): 201–220
- Wanhill, S.** (2000) "Small and medium tourism enterprises". Annals of Tourism Research 27(1): 132-147
- Zhang, H. & Morrison, A.** (2007) "How can the small to medium sized travel agents stay competitive in China's travel service sector?" International Journal of Contemporary Hospitality Management 19(4): 275–285

Recibido el 15 de enero de 2016

Reenviado el 10 de marzo de 2016

Aceptado el 13 de marzo de 2016

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués