



Caderno Virtual de Turismo
ISSN: 1677-6976
periodicocvt@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Brasil

Ecossistema empreendedor no Turismo em Espaço Rural: casos de Portugal, Brasil e Espanha

Costa, Teresa; Galina, Simone Vasconcelos Ribeiro; Sánchez-Hernández, Maria Isabel
Ecossistema empreendedor no Turismo em Espaço Rural: casos de Portugal, Brasil e Espanha
Caderno Virtual de Turismo, vol. 18, núm. 1, 2018
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115454562008>

DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.18n1.2018.1255>

Autores que publicam nesta revista concordam com os seguintes termos: Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>), permitindo o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria do trabalho e publicação inicial nesta revista. Autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não-exclusiva da versão do trabalho publicada nesta revista (ex.: publicar em repositório institucional ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista. Autores têm permissão e são estimulados a publicar e distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal), já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado. Porém deve-se observar que uma vez aprovado pelos avaliadores, o manuscrito não poderá sofrer mais alterações. Caso o autor deseje fazê-lo, deverá reiniciar o processo de submissão.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 3.0 Internacional.

Ecossistema empreendedor no Turismo em Espaço Rural: casos de Portugal, Brasil e Espanha

The entrepreneurial ecosystem in Rural Tourism- cases of Portugal, Brazil and Spain

El ecosistema emprendedor en el Turismo Rural - los casos de Portugal, Brasil y España

Teresa Costa

Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

teresa.costa@esce.ips.pt

DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.18n1.2018.1255>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115454562008>

Simone Vasconcelos Ribeiro Galina

Universidade de São Paulo (USP), Brasil

svgalina@usp.br

Maria Isabel Sánchez-Hernández

Universidad de Extremadura, España

isanchez@unex.es

Recepción: 18 Marzo 2016

Aprobación: 15 Noviembre 2017

RESUMO:

O Turismo em Espaço Rural (TER) é determinante para o desenvolvimento das economias locais. Contudo, e apesar de um interesse crescente pelo papel do ecossistema empreendedor na atividade empreendedora, a aplicação desses estudos e a compreensão do impacto desses ecossistemas no TER têm sido ainda pouco desenvolvidas. Através da metodologia de estudo de caso, este artigo tem como objetivos principais compreender a importância da atividade empreendedora TER no desenvolvimento das economias locais, assim como identificar e compreender a importância do ecossistema empreendedor para o desenvolvimento da atividade empreendedora TER. Os resultados sugerem a existência de um conjunto de elementos que contribuem para o desenvolvimento da atividade empreendedora no turismo rural, nomeadamente uma importante rede informal e formal, boas infraestruturas relacionadas com o transporte e telecomunicações, quer em Portugal, quer na Espanha, muito embora mais deficitárias no Brasil, e, na maioria das regiões estudadas, a existência de uma forte cultura empreendedora.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Ecossistema Empreendedor, Turismo Rural.

ABSTRACT:

Rural tourism is determinant for the development of local economies. However, despite the growing interest in the role of the entrepreneurial ecosystem and its relation concerning the generation and development of entrepreneurial activity, its impact and application in Rural Tourism has been very weakly studied. Through a case study research strategy, this paper aims to understand the importance of Rural Tourism for the development of local economies, as well as the comprehension of the importance of the entrepreneurial ecosystem for the generation and growing of the entrepreneurial activity in Rural Tourism. The results suggest the existence of important informal and formal networks, good transport and telecommunication infrastructures in Portugal and Spain, however a need of improvements is important in Brazil, and, finally most of the studied regions revealed an important entrepreneurial culture for entrepreneurship.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Entrepreneurial Ecosystem, Rural Tourism.

RESUMEN:

El Turismo Rural (TER) es crucial para el desarrollo de las economías locales. Sin embargo, a pesar del creciente interés del papel del ecosistema emprendedor en la actividad empresarial, la aplicación de estos estudios y la comprensión del impacto de estos ecosistemas en la TER, está poco desarrollada. A través de la metodología de estudio de casos, este artículo tiene como objetivo principal comprender la importancia de la TER para la actividad empresarial en el desarrollo de las economías locales, así como identificar y comprender la importancia del ecosistema empresarial para el desarrollo de la actividad empresarial TER. Los resultados sugieren la existencia de un conjunto de elementos que contribuyen al desarrollo de la actividad empresarial en

el turismo rural, incluyendo una gran red informal y formal, unas buenas infraestructuras relacionada con el transporte y las telecomunicaciones, tanto en Portugal como en España, aunque más deficitarias en Brasil, y la existencia de una fuerte cultura empresarial y la mayoría de las regiones estudiadas.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Ecosistema Emprendedor, Turismo rural.

INTRODUÇÃO

O processo de criação, renovação e desenvolvimento de novos negócios em Turismo em Espaço Rural (TER) não é um processo simples. Talvez, por esse motivo, a pesquisa em turismo sobre formação dos novos negócios ainda não tenha sido encarada com a devida seriedade, de forma a ser adequada para entender a complexidade do processo envolvido. Aliás, de um modo geral, os esforços de estudo são, na sua maioria, dedicados à compreensão das características e práticas de negócios de empresas estabelecidas, dando pouca importância à compreensão dos elementos que permitem desenvolver a atividade empreendedora no TER.

Apesar de vários autores evidenciarem a importância do TER para a economia em geral e, em particular, para as economias locais (Murphy, 1997; Cooper et al. 2001; MEyer-Cech, 2005; Mendonça, 2006; Cristóvão; Medeiros; Melides, 2010; Baoren, 2011; Rived et al., 2013; Yasuo; Shinichi, 2013; Martin et al., 2014), e de existirem estudos realizados por organismos oficiais (Comissão Europeia, 2003, 2006) que reforcem essa relação, parece haver alguns constrangimentos ao desenvolvimento da atividade empreendedora no TER.

Por outro lado, parece ser consensual que a capacidade para empreender depende muito das redes empreendedoras no processo empreendedor (Birley, 1985; Aldrich; Dubin, 1991; Ostgaard; Birley, 1996; Johannisson, 1998; Greve; Salaff, 2003; Li et al., 2013). Contudo, apesar dessa relevância, no TER essas redes parecem não conseguir sempre gerar parcerias colaborativas, o que limita a transferência de conhecimento e experiência, condicionando a capacidade empreendedora e inovadora dessas empresas e o seu êxito (Wilson et al., 2001).

Este estudo tem como objetivos principais (i) compreender a importância da atividade empreendedora TER no desenvolvimento das economias locais e (ii) identificar e compreender o ecossistema empreendedor promotor da geração e desenvolvimento dessa atividade. Especificamente, o estudo pretende identificar as redes formais e informais utilizadas pelos empreendedores, assim como identificar aspectos relacionados com a existência de uma cultura empreendedora e de infraestruturas adequadas. Os elementos considerados para a identificação e avaliação do ecossistema empreendedor nas regiões em estudo (em Portugal, Brasil e Espanha) seguiram o modelo de Neck et al. (2004).

Organizado em duas partes, o estudo recorre, primeiramente, a uma revisão de literatura para o enquadramento teórico do tema no que concerne ao empreendedorismo, TER, redes empreendedoras e ecossistema empreendedor. Em uma segunda parte é desenvolvida uma pesquisa exploratória e analítica, por meio de um estudo de campo suportado em uma análise qualitativa. Nessa etapa foram entrevistadas entidades ligadas ao TER no Brasil, em Portugal e na Espanha, assim como um conjunto de empreendedores de diferentes empreendimentos em cada país.

REVISÃO DE LITERATURA

EMPREENDEADORISMO E TURISMO RURAL

A literatura sobre empreendedorismo é vasta, existindo diferentes perspectivas em torno da sua conceitualização. Schumpeter (1934) e Drucker (1985) associam o empreendedorismo à inovação e utilizam a figura do empreendedor para explicarem o conceito de empreendedorismo. A identificação e exploração de

novas oportunidades constituem outra perspectiva para a explicação do empreendedorismo (Kirzner, 1978; Shane; Venkataramann, 2000). Para Gartner (1989), o empreendedorismo consiste na criação de novas organizações e, segundo esse autor, a compreensão do conceito exige um foco no processo através do qual uma organização é criada. Por outro lado, os comportamentalistas explicam o empreendedorismo por meio das características individuais da personalidade do empreendedor e de um sistema de valores a ele associado (McClelland, 1972; Fillion, 1999).

A literatura existente sobre a criação de empresas pode ainda ser organizada em duas correntes segundo Liao e Welsch (2005). A primeira é focada na pessoa, abordando a propensão de um indivíduo e a sua capacidade para empreender. A segunda corrente destaca a influência do ambiente no estímulo e promoção de iniciativas empreendedoras, ou seja, na influência do mercado, da política ou das flutuações econômicas e dos seus impactos à iniciativa empreendedora.

A pesquisa sobre a propensão para empreender está principalmente orientada para as características psicológicas e comportamentais dos empreendedores. Estudos sobre a capacidade para empreender enfatizam a importância das redes sociais empreendedoras no processo empreendedor e no estabelecimento e gestão de um novo negócio, sendo possível encontrar na literatura várias evidências que comprovam essa importância (Birley, 1985; Aldrich; Dubin, 1991; Ostgaard; Birley, 1996; Johannisson, 1998; Greve; Salaff, 2003; Li et al., 2013). Nessa linha, e vinculado com a direção estratégica, tem sido usado o termo empreendedorismo estratégico (Hitt et al., 2011; Luke et al., 2011) para referir à forma como as empresas identificam e aproveitam as oportunidades do ecossistema empreendedor e mantêm vantagens competitivas para criar riqueza. É esse, portanto, o enfoque mais atual e o utilizado nesta pesquisa.

TURISMO RURAL E REDES

De acordo com a Associação Portuguesa de Turismo Rural (Privetur), o turismo rural consiste em uma indústria do turismo localizada em áreas rurais e com uma envolvente natural, desenvolvida por empresas familiares. De acordo com essa associação, a taxa de inovação na indústria do turismo rural é muito baixa quando comparada com outras indústrias de serviços. Trata-se de um segmento caracterizado por empresas de pequeno porte com baixa capacidade inovadora e, por falta de confiança e cooperação entre elas, evidenciam pouca proatividade em termos de parcerias colaborativas relacionadas à transferência de conhecimento e experiência.

As redes colaborativas são entendidas consensualmente como uma estratégia fundamental para o desenvolvimento das regiões, e prova desse entendimento reside no número elevado de entidades (104 entidades) que em Portugal assinou o Protocolo de Cooperação “Turismo 2020 – Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal”. No entanto, a promoção do desenvolvimento de parcerias entre os vários agentes envolvidos na indústria do turismo rural necessita acontecer não somente em âmbito nacional, mas também regional e particularmente local.

Também para a Associação Espanhola de Turismo Rural (Asetur) e para a Associação Brasileira de Turismo Rural (ABTR) o desenvolvimento de redes colaborativas é fundamental. Para a Asetur, que é composta por um conjunto de entidades associadas de turismo regional ou local rural, é de extrema importância e urgência promover e desenvolver o turismo rural, por meio do apoio tanto à criação de oferta de alojamento quanto ao desenvolvimento de atividades complementares a ele. A ABTR procura, entre outros, promover parcerias e o intercâmbio com entidades internacionais congêneres e operadoras estrangeiras.

No entanto, existe um entendimento consensual no que se refere à relevância das redes colaborativas, quer sejam formais, quer sejam informais para a geração de informação e experiências, constituindo-se como um facilitador da cooperação entre as empresas (Martínez Fernández, 2005). Essas redes podem contribuir para a criação e desenvolvimento de produtos turísticos integrados, aproveitando sinergias entre empresas e territórios, gerando oportunidades para a criação de negócios em formato colaborativo. Essa relação virtuosa

tem sido estudada em diferentes países, nomeadamente no Canadá (MacDonald; Jolliffe, 2003) ou no Reino Unido (Novelli et al., 2006). Na Espanha, por exemplo, e mais concretamente na região da Extremadura, os resultados do estudo de Romeiro e Costa (2010) demonstram que estruturas de rede contribuem para a criação de um destino coesivo, em que a partilha de recursos permite dar respostas locais inovadoras para os desafios do mercado turístico.

O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR: DEFINIÇÃO E PRESCRIÇÕES

A atividade empreendedora necessita de um conjunto de elementos que se inter-relacionam e que evoluem ao longo do tempo, formando um sistema dinâmico que estimula a criação de novas empresas (NECK et al., 2004). Esse sistema é designado por “ecossistema empreendedor”. Segundo Cohen (COHEN, 2006, p. 2), um ecossistema empreendedor consiste em um

conjunto diversificado de atores interdependentes que, dentro de uma região geográfica, influenciam na formação e eventual trajetória de todo o grupo de atores e potencialmente na economia como um todo. Os ecossistemas empreendedores evoluem a partir de um conjunto de componentes interdependentes que interagem para gerar a criação de novos negócios ao longo do tempo.

Assim, um ecossistema de empreendedorismo resulta da interação entre os seus atores que evoluem juntos e se reforçam mutuamente (ISENBERG, 2011).

É possível encontrar na literatura várias definições referentes a ecossistema empreendedor, sendo que umas apresentam elementos mais específicos (Neck et al., 2004; West; Bamford, 2005; Cohen, 2006), e, outras, elementos mais holísticos (Isenberg, 2011; Autio et al., 2014). Os modelos apresentados por Neck et al. (2004) e Cohen (2006) incluem especificamente a referência das redes formais e informais como elementos fundamentais do ecossistema empreendedor. Dadas as características apresentadas nos pontos anteriores no que concerne ao turismo rural e à atividade empreendedora nesse contexto, na qual existe uma prevalência de empresas familiares de pequena escala e onde o funcionamento em rede é fundamental, a existência de infraestruturas apropriadas e de uma cultura empreendedora é fundamental. Por esse motivo optou-se, neste estudo, pela adoção do modelo de ecossistema empreendedor de Neck et al. (2004) que considera na avaliação de um ecossistema empreendedor os seguintes elementos: 1) organizações incubadoras; 2) redes informais; 3) redes formais (universidade, governo, profissionais e serviços de suporte, recursos de capital, pool de talentos e grandes corporações); 4) infraestrutura física e 5) cultura.

Os elementos que constituem o ecossistema empreendedor isolados, apesar de importantes, são insuficientes para gerarem e manterem a atividade empreendedora. No entanto, quando combinados, esses elementos podem impulsionar a criação de empresas e o seu crescimento. Para tal, eles precisam estar integrados em um sistema holístico. Isenberg (2011) propõe, ainda, um conjunto de princípios que podem contribuir para a tangibilidade e medição do empreendedorismo em uma região. Assim, o autor recomenda foco no empreendedorismo e não no próprio emprego; foco geográfico; um trabalho paralelo com os vários elementos do ecossistema; uma quantificação e cronograma da atividade empreendedora; a criação de uma equipe independente e não governamental para realizar o trabalho; o estabelecimento de prioridades e o desenvolvimento de ações, aprendizagem e criação de escala para o negócio.

METODOLOGIA

A estratégia metodológica desta pesquisa é a de estudos de caso, com o intuito de se compreender o fenômeno como um todo, com um grau de profundidade elevado. De acordo com Yin (2001, p. 32), o estudo de caso “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Nessa

linha, o trabalho de Yacuzzi (2005) é um convite ao aplicar os estudos de caso na criação de teorias de Gestão de Negócios. Yin (2001) refere ainda que um estudo de caso pode focar tanto um caso único quanto casos múltiplos. Neste trabalho é realizado o estudo de casos múltiplos em empreendimentos de TER.

Para escolha dos casos estudados, os seguintes critérios foram considerados: mesmo setor de atuação (TER); acesso direto ao(s) empreendedor(es) proprietário(s); e características variadas das organizações, como tamanho e segmento dentro do setor geral de TER. Segundo Saunders, Lewis e Thornhill (2012), neste tipo de pesquisa com amostragem não probabilística heterogênea, o investigador utiliza o seu julgamento para selecionar os casos que melhor se adaptem a responder às questões da pesquisa, e que melhor respondem aos objetivos propostos pela investigação, sendo frequentemente utilizado em amostras muito pequenas, como nos estudos de caso. Sendo uma amostra heterogênea, foram selecionados participantes com características suficientemente diversas, de forma a permitir a maior variação possível nos dados recolhidos. A amostra inclui casos heterogêneos de TER dos três países objetos de estudo (ver Quadro 1).

QUADRO 1 Caracterização das regiões dos casos de Turismo Rural estudados

Pais	Região	Caracterização
Brasil	Estado de São Paulo	<p>São Paulo é o estado mais desenvolvido, com o maior PIB e a maior população do Brasil. Embora seja uma região bastante diversificada em termos de turismo (contando com praias, grandes cidades cosmopolitas, espaços históricos, propriedades rurais, entre outros), os municípios de estudo neste trabalho são do interior do estado, com típicos negócios em TER. Ribeirão Preto é a maior das três cidades tendo se transformado em região metropolitana desde 2016; tal região possui fazendas históricas, além de ser relevante em termos de agronegócios. Mococa tem histórico relacionado à cultura do café e produção de leite, as fazendas históricas da região sustentam o turismo rural oferecendo culinária típica, cenários rústicos e naturais, e passeios/atividades relacionadas ao trabalho na fazenda e cavalgadas. Já o município de Socorro, que tem o turismo como uma das principais atividades econômicas (FARIA et al., 2011), conta com cachoeiras, trilhas ecológicas e grutas, o que também o vocaciona para o ecoturismo e o turismo de aventura, além do turismo rural.</p>
	Lisboa/Península de Setúbal	<p>A Península de Setúbal possui um conjunto de áreas naturais (Estuário do Tejo, Estuário do Sado, Serra da Arrábida e Lagoa de Albufeira), corredores ecológicos (entre Canha e Marateca, estendendo-se na direção de Sesimbra) sendo um território com forte potencialidade para o desenvolvimento do turismo de natureza. A região apresenta ainda um elevado potencial agrícola e florestal (em particular nos conselhos do Montijo e Palmela), com condições para o desenvolvimento das modalidades do turismo em espaço rural e de habitação. Um pouco por todos os conselhos da Península é possível encontrar empresas de animação turística que desenvolvem atividades de animação relacionadas com a água, com o ar livre, natureza e ambiente, assim como com a cultura. O Enoturismo é uma atividade com grande potencial no território e tem evidenciado, nos últimos anos, um incremento da sua dinâmica, muito associado aos consecutivos reconhecimentos internacionais da qualidade dos vinhos aqui produzidos.</p>
Espanha	Extremadura	<p>Extremadura, no sudoeste, e fazendo fronteira com Portugal, é uma das 17 comunidades autónomas da Espanha. Atualmente é a única região ainda considerada “Objetivo 1” pela União Europeia. É, portanto, receptora de recursos para o desenvolvimento da economia regional, e o TER tem sido um dos focos de atenção nos últimos anos nas políticas públicas. Mesmo sendo uma comunidade de interior, sem saída para o mar, conta com grande riqueza cultural e turismo de natureza por ser a comunidade autónoma espanhola com mais superfície de água doce do país. De forma concreta, o TER na Extremadura, e nos casos analisados, está focado no turismo sustentável no qual as chaves do planeamento turístico atual são ações como a valorização do património cultural, a prospecção arqueológica, a reabilitação de vivendas tradicionais, e, fortemente, a interpretação e conservação da natureza.</p>

Elaboração própria

Considerando os objetivos gerais de (i) compreender a importância da atividade empreendedora TER no desenvolvimento das economias locais e ii) identificar e compreender o ecossistema empreendedor promotor da geração e desenvolvimento dessa atividade, foram seguidos diferentes procedimentos metodológicos no que concerne à obtenção de dados. Relativamente à recolha de dados referentes ao primeiro objetivo, foram realizadas entrevistas a um conjunto de stakeholders (associações empresariais, órgãos públicos relacionados ao empreendedorismo ou ao turismo e entidades promotoras de ecossistemas empreendedores) ligados ao TER no Brasil, em Portugal e na Espanha, que permitiram confirmar a importância dessa atividade para as economias locais (primeiro ponto da discussão de resultados). Nessas entrevistas foi efetuada a seguinte questão aberta “Qual a importância da atividade empreendedora TER no desenvolvimento das economias locais?”

No que se refere ao levantamento de dados para responder ao segundo objetivo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas diretas (utilizando o roteiro de entrevista em Anexo 1), dirigidas aos empreendedores de 14 empreendimentos (ver Quadro 2) de forma a tornar possível a identificação das redes formais e informais utilizadas pelos empreendedores, assim como a identificação e compreensão de aspectos relacionados com a existência de uma cultura empreendedora e de infraestruturas adequadas, conforme se apresenta no segundo ponto da discussão de resultados. A escolha dessa técnica de levantamento de dados deve-se ao fato do reconhecimento da sua grande flexibilidade e adequabilidade a um estudo de caso (Yin, 2001).

QUADRO 2
Casos de Turismo Rural estudados

Empreendimento TER	Pessoa entrevistada	País	Região	Localização
Fazenda Buracão	Proprietário	Brasil	São Paulo	Mococa
Fazenda Nova	Proprietário	Brasil	São Paulo	Mococa
Hotel Fazenda				
Parque dos Sonhos	Proprietário	Brasil	São Paulo	Socorro
Fazenda Vista Alegre	Proprietário	Brasil	São Paulo	Ribeirão Preto / Sertãozinho
Estância Fazendinha	Proprietário	Brasil	São Paulo	Ribeirão Preto
Herdade Moinho Novo	Proprietário	Portugal	Lisboa	Montijo / Canha
Quinta do Alcubé	Proprietário	Portugal	Lisboa	Setúbal / Azeitão
Quinta dos Mochos	Proprietário	Portugal	Lisboa	Montijo / Pegões
Aldeia da Mata Pequena	Proprietário	Portugal	Lisboa	Mafra / Aldeia da Mata Pequena
Quinta do Miguel	Proprietário	Portugal	Lisboa	Sesimbra / Aldeia do Meco
Ramajal Rural	Proprietário	Espanha	Extremadura	Pinofrancueado
El Jiniebro	Proprietário	Espanha	Extremadura	Valencia de Alcántara
Valle de Mira	Proprietário	Espanha	Extremadura	Valverde de Leganés
Casa de la Ermita	Proprietário	Espanha	Extremadura	Valdeobispo

Elaboração própria

As entrevistas com os stakeholders foram realizadas pessoalmente nas suas instituições de origem ou por meio de comunicação a distância (telefone, Skype ou videoconferência). As entrevistas com os proprietários foram realizadas nos empreendimentos estudados, sendo que todas as instalações foram visitadas e observadas, portanto tiveram duração variada (de 2 horas a 6 horas), dependendo da receptividade dada aos pesquisadores. A coleta de dados foi feita no Brasil durante o mês de setembro de 2014, em Portugal entre os meses de outubro de 2014 e janeiro de 2015, e na Espanha no mês de julho de 2015.

Os dados recolhidos por meio das entrevistas diretas foram corroborados com um conjunto de outras evidências, nomeadamente a análise de documentos (textos e folders elaborados pelos empreendedores, informação institucional disponibilizada pelos empreendedores e outras disponíveis na Internet, matérias publicadas na comunicação social, nomeadamente reportagens, artigos de divulgação em jornais, revistas da especialidade e Internet), e a observação de artefactos físicos (instalações físicas dos empreendimentos e funcionamento in loco). Assim, foram também adotadas a observação direta e a participante como fonte de evidências neste estudo multicase.

Para o tratamento da informação recolhida durante as entrevistas recorreu-se à análise de conteúdo, com a finalidade principal de “efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração” (Bardin, 2011, p. 45). Para isso, algumas etapas de trabalho foram seguidas: (i) preparação das informações por meio da anotação dos dados coletados nas entrevistas e organização do material secundário com tomada de decisão sobre quais deles efetivamente correspondem aos objetivos da pesquisa; (ii) categorização dos dados coletados para identificar os elementos do ecossistema empreendedor de acordo com o referencial teórico utilizado neste estudo, isso permitiu a organização dos dados em dimensões de análise compreendendo, entre outras: redes formais e informais, instituições de ensino e formação de recursos humanos, governo, instituições financeiras e incubadoras; (iii) análise comparativa e interpretação dos dados.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS EMPÍRICOS

A IMPORTÂNCIA DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA EM TER NO DESENVOLVIMENTO DAS ECONOMIAS LOCAIS

As entrevistas realizadas com um conjunto de organismos ligados ao TER no Brasil, em Portugal e na Espanha permitiram confirmar a importância dessa atividade para as economias locais, que depende muito da capacidade dos empreendedores e dos recursos que estes detêm e conseguem mobilizar (Quadro 3).

QUADRO 3

Análise de conteúdo das entrevistas efetuadas às entidades

Entidades/Organismos	País	Entrevistado	Atribuição empreendedora TER e importância para os economistas locais
Idetur – Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural	Brasil	Presidente	O TER contribui para a promoção ambiental, histórica e cultural das regiões, pode desenvolver a realidade sem definir uma identidade, pode desenvolver uma realidade colaborativa com intervenção de vários atores
Associação Café com Leite	Brasil	Presidente	O TER promove o desenvolvimento rural, incentiva a produção da região, agrega valor à produção agropecuária, promove a cultura gastronômica e o modo de vida das regiões
Associação de Famílias Históricas Paulistas	Brasil	Associado	Por meio do projeto “Famílias do Brasil” do Ministério do Turismo, foi possível estabelecer uma rede de hospitalidade de caráter familiar complementada com atividades de animação e interpretação turísticas, incentivando a sustentabilidade do TER brasileiro. Essa atividade contribui para o reconhecimento e reconhecimento da realidade diferenciada e particular desses empreendimentos brasileiros, no que concerne à preservação da identidade histórica, patrimonial e cultural das regiões
Comunidade de Socorro	Brasil	Presidente	O TER promove o desenvolvimento rural, promove e dá a conhecer as regiões, revitaliza as infraestruturas de água, contribui para a qualidade de vida das populações, cria empregos e gera riqueza
Associação Atup	Brasil	Presidente	O TER revitaliza as regiões, permite manter explorações agrícolas e contribui para o aumento de renda, contribui para uma ligação à terra e a tradições, cultura e hábitos já esquecidos
Entidade Regional de Turismo do Região de Lisboa	Portugal	Representante da ERT-RL	O TER é importante no contexto das economias rurais. Não apenas porque representa um complemento à “industrial” economia de base agrícola como assente em investimentos em contradição com a (aparente) irreversível concentração urbana
Adapty – Associação para o Desenvolvimento Rural de Pensada de Setúbal	Portugal	Coordenadora	O TER pode contribuir para o desenvolvimento da agricultura familiar e dos pequenos agricultores, para a melhoria dos meios de subsistência, para a gestão dos recursos naturais, a proteção do meio ambiente e a promoção do desenvolvimento das zonas rurais
Conselho consultivo para o desenvolvimento do turismo do concelho de Matos (CMTM)	Portugal	Representante	O TER pode contribuir para a revitalização e preservação cultural, patrimonial e arquitetónica, para a manutenção das tradições e hábitos locais. Contribui para o aumento da sustentabilidade das regiões por meio da preservação da sua identidade, gerando a sustentabilidade destas
		Representante	Nas regiões onde a oferta turística tem alguma consistência e densidade capaz de atrair um fluxo turístico significativo e manter a procura, o TER poderá ser uma vertente interessante da atividade turística e assim contrariar os aspectos negativos das economias rurais. Se o proprietário ou empreendedor for capaz de atingir a sua oferta na oferta de restauração ou das experiências gastronómicas, e se for capaz de diferenciar o seu estabelecimento o seu contributo será relevante
Classe Municipal de Turismo	Portugal	Município de Póvoa do Varzim	O TER é fundamental para o desenvolvimento do turismo na região de Entre-rios (Espinho), possibilitando um desenvolvimento sustentável de curto, médio e longo prazo do setor do turismo na região
Rede Entre-rios de Desenvolvimento Rural (RedeER)	Espanha	Representante	Os 24 grupos de ação local que integram a rede trabalham com a finalidade de desenvolver estratégias conjuntas de desenvolvimento rural na região de Entre-rios. O TER pode ajudar no desenvolvimento local, por isso o apoio a criação de empresas tem sido decisivo

Elaboração própria

As entrevistas efetuadas a várias entidades confirmaram que, quer no Brasil, em Portugal ou na Espanha, o TER constitui uma atividade de relevância para as economias locais das regiões em estudo, agregando valor não somente econômico, mas também social, cultural, histórico e patrimonial, reforçando a identidade das regiões e das comunidades. Essa evidência parece ser reconhecida por um conjunto de stakeholders, nomeadamente associações ligadas ao turismo rural, associações de desenvolvimento regional, entidades do turismo, sendo corroborada na revisão de literatura, com referência a um conjunto de estudos (Murphy, 1997; Cooper et al., 2001; MEyer-Cech, 2005; Mendonça, 2006; Cristóvão; Medeiros; Melides, 2010; Baoren, 2011; Rived; González Álvarez; Ballarn, 2013; Yasuo; Shinichi, 2013; Martin; Jiménez; Molina, 2014).

A ANÁLISE DO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TER: ANÁLISE DOS CASOS

De forma a se identificar e compreender o ecossistema empreendedor promotor da geração e desenvolvimento da atividade TER, foi realizada uma análise de conteúdo das entrevistas realizadas nos empreendimentos de Turismo em Espaço Rural no Brasil, em Portugal e na Espanha e cuja síntese é apresentada nos quadros 4, 5 e 6 respectivamente (vide anexo 2). A análise de conteúdo possibilitou compreender e avaliar as redes, infraestruturas relevantes para a geração e desenvolvimento da atividade empreendedora TER, assim como identificar a existência de uma cultura empreendedora por parte dos stakeholders envolvidos na atividade.

De um modo geral, em todos os casos e regiões estudados, a existência de redes informais revelou-se muito importante na criação e desenvolvimento da atividade empreendedora TER, tendo, de um modo geral, todos os empreendedores se referido a esse tipo de redes como crucial na mobilização de recursos não econômicos, nomeadamente em termos de obtenção de motivação, de apoio, na partilha de recursos (infraestruturas, equipamentos, entre outros), na participação ativa dos projetos e no aumento de novos contatos, que se mostraram cruciais para o desenvolvimento dos projetos. A rede informal é também particularmente importante, nos casos brasileiros, na mobilização de recursos econômicos.

As redes formais são também relevantes, tendo sido identificado um conjunto de elementos importantes na atividade empreendedora. Contudo, as instituições financeiras no Brasil constituem um elemento muito deficitário no apoio à criação e desenvolvimentos dos projetos TER. Assim, foi possível verificar que a capacidade para empreender depende muito das redes empreendedoras no processo empreendedor conforme evidenciado na literatura (Birley, 1985; Aldrich; Dubin, 1991; Ostgaard; Birley, 1996; Johannisson, 1998; Greve; Salaff, 2003; Li et al., 2013) e que, quer a rede formal, quer a rede informal usada pelos empreendedores são importantes na mobilização de recursos financeiros e não financeiros, corroborando vários estudos apresentados na revisão de literatura (Birley, 1985; Aldrich; Dubin, 1991; Greve; Salaff, 2003; Li et al., 2013).

Foi também identificado um conjunto de infraestruturas, no que concerne à rede de transportes e telecomunicações, que se revela mais deficitária nas regiões do Brasil em estudo. Apesar do desenvolvimento econômico do Brasil, em especial do estado de São Paulo (onde foi realizada esta pesquisa), e do incremento de algumas infraestruturas, os transportes são ainda deficitários, agonizando-se essa situação nos meios rurais. Quer em Portugal, quer na Espanha, apesar de se poderem justificar algumas melhorias adicionais, as infraestruturas de transporte e de telecomunicações são boas. É importante salientar uma presença considerável de diferentes clusters associados à indústria de transformação de produtos agrícolas ou de criação de gado, conforme as particularidades das regiões.

Os resultados revelam ainda uma forte cultura empreendedora dos envolvidos na atividade TER nos casos em estudo. Já no que concerne à cultura empreendedora no contexto das regiões estudadas, existem

algumas diferenças entre elas. Assim, nas regiões de Mococa, Socorro e Ribeirão Preto (municípios do estado de São Paulo), no Brasil, foi identificada uma fraca cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida predominantemente por iniciativa dos próprios empreendedores. Apenas na região de Socorro foi reconhecida alguma cultura empreendedora da região. Na região da Península de Setúbal, em Portugal, e da Extremadura, na Espanha, foram encontradas evidências de uma cultura empreendedora da região.

De um modo geral, o estudo evidenciou a existência de um conjunto de elementos relevantes no ecossistema empreendedor TER das regiões estudadas, em particular em Portugal e na Espanha, e os empreendedores, apesar dos constrangimentos referidos, conseguem identificar e aproveitar oportunidades geradas por esses ecossistemas, gerando riqueza. Também essas evidências são corroboradas na literatura (Kyrgidou; Hughes, 2010; Hitt et al., 2011; Luke; Kerins; Verreyne, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revisão de literatura permitiu um enquadramento teórico sobre empreendedorismo, turismo rural, redes empreendedoras e ecossistema empreendedor. Com uma preocupação de contextualização dessas temáticas no turismo, foi possível encontrar no estudo empírico resultados que corroboram os vários estudos e perspectivas apresentadas.

Existe um forte reconhecimento por parte das entidades e organismos locais sobre a importância da atividade TER e o seu contributo para as economias locais das regiões em estudo, agregando valor não somente econômico, mas também social, cultural, histórico e patrimonial, reforçando a identidade das regiões e das comunidades. Quer no Brasil, em Portugal, ou na Espanha, esses stakeholders constituem parte interessada no desenvolvimento dessa atividade e têm um papel ativo na sua dinamização, assim como na criação e manutenção de redes entre partes, contribuindo para a obtenção de algumas sinergias revelantes nos ecossistemas empreendedores em estudo.

Os resultados empíricos permitiram concluir que tanto as redes formais como as redes informais são determinantes para a atividade TER. As redes informais revelaram-se muito importantes na criação e desenvolvimento da atividade empreendedora TER, principalmente no que concerne à viabilização de recursos não econômicos, embora nos casos brasileiros essa rede ganhe importância também relativamente à mobilização de tais recursos. Esse fato justifica-se não apenas pelo funcionamento deficitário das instituições financeiras no Brasil, mas também pela característica informal muito enraizada na economia brasileira. Esse funcionamento, que, por um lado, se revela restritivo devido às limitações de investimentos para desenvolvimento dos projetos, que são cruciais para a sofisticação, qualidade e consequente alavancagem do negócio, por outro lado, muito frequentemente, constitui o único meio de obtenção de capital para criar projetos. Essa situação revela também a grande capacidade empreendedora dos empreendedores TER brasileiros que conseguem criar os seus negócios em um ambiente econômico e financeiro mais adverso.

Apesar dessa capacidade empreendedora dos proprietários, estes referem uma fraca cultura empreendedora da região associada a uma capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida predominantemente por iniciativa dos próprios empreendedores nas regiões de Mococa, Socorro e Ribeirão Preto, sendo a região de Socorro uma exceção. Já em Portugal e na Espanha foram encontradas evidências de uma cultura empreendedora da região mais fortalecida.

As redes formais revelaram-se também importantes, em particular nos casos portugueses e espanhóis, sendo a sua utilidade muito associada à mobilização de recursos financeiros e de capacitação.

Finalmente, quer na região de Setúbal, quer na região da Extremadura, foi possível encontrar um grau de desenvolvimento aceitável, e a presença de um conjunto de elementos necessários para impulsionar a atividade empreendedora no TER. Poder-se-á afirmar que os recursos para o empreendedorismo no TER estão integrados em um sistema holístico que, embora não sendo ainda perfeito, parecem gerar sinergias

e resultados visíveis. Nessas regiões europeias, os líderes políticos têm estado particularmente atentos às condições-chave para o sucesso das iniciativas das regiões, com a criação de estruturas mínimas em termos de tecnologia, subsídios, criação de talento em rede e uma massa crítica de negócios em torno do TER, que vão configurando uma cultura promotora do desenvolvimento local. O ecossistema empreendedor do TER desses dois países europeus está bem adaptado aos ambientes específicos e, desde o início, envolve a iniciativa privada com o setor público. Nesse ecossistema empreendedor no TER, tem-se conseguido atrair novos negócios, sendo atualmente um dos focos prioritários nessas regiões.

Para concluir, e apesar das limitações do estudo derivadas da sua natureza qualitativa, são várias as implicações teóricas e práticas do estudo. Teoricamente, podemos confirmar a vista dos resultados obtidos, que as redes empreendedoras e a colaboração empresarial têm um papel fulcral no sucesso das iniciativas empreendedoras no TER, em linha com a literatura acadêmica mais recente (Greve; Salaff, 2003; NECK et al., 2004; Martínez Fernández, 2005; Hitt et al., 2011; Luke, Kearins; Verreyne, 2011; Li et al., 2013). Embora temos constatado também que as condições são distintas nos três países estudados, confirmando a importância de outros fatores dos quais teoricamente depende o sucesso dos ecossistemas empreendedores, como são os serviços de suporte e as infraestruturas (NECK et al., 2004).

Desde a perspectiva de implicação prática, os empreendedores no TER nos países analisados, tanto os que iniciam a sua ideia de negócio, quanto os que estão na fase de crescimento ou de consolidação, têm, neste estudo, evidências de como os elementos que constituem o ecossistema empreendedor não podem ser tratados de forma isolada. No TER, deve-se procurar uma combinação holística, inteligente e planejada dos diferentes elementos do ecossistema, de maneira que seja possível, não só a criação dos novos negócios, mas também o seu crescimento sustentável.

REFERÊNCIAS

- Aldrich, H.; Dubini, P. Personal and Extend Networks are Central to the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, v. 6, n. 5, p. 305-313, abr. 1991.
- Autio E. et al. Entrepreneurial innovation: the importance of context. *Research Policy*, v. 43, n. 7, p. 1097-1108, maio 2014.
- Baoren, S. Rural tourism in China. *Tourism Management*, v. 32, n. 6, p. 1438-1441, dez. 2011.
- Bardin, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- Birley, S. The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, v. 1, n. 1, p. 107-117. Winter. 1985.
- Cohen, B. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, v. 15, n. 1, p. 1-14, jan/fev. 2006.
- Comissão Europeia. Orientações de base para a sustentabilidade do turismo europeu. Disponível em: Acesso em: 3 out. 2015.
- Comissão Europeia. Uma política de turismo europeia renovada - Rumo a uma parceria reforçada para o turismo na Europa. Disponível em: Acesso em: 3 out. 2015.
- CoOper, C. et al. *Turismo – Princípios e Prática*. 2. ed. Bookman. 2001.
- Cristóvão, A.; Medeiros, V.; Melides, R. Aldeias Vinhateiras: requalificação urbana, turismo e desenvolvimento local no douro. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 8, n. 4, p. 519-528, 2010.
- Drucker, P. F. *Innovation and Entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper & Row. 1985.
- FARIA, M. D.; SOUTO, S. W.; ROCHA, A. M. C. Posicionamento estratégico de serviços turísticos para pessoas com deficiência: o caso da cidade de Socorro, SP. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 11, n. 3, p. 308-324, dez. 2011.
- Filion, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas RAE*, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999.

- Gartner, W. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 13, n. 4, p. 47-68, 1989.
- Greve, A.; SALAFF, J. W. Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, v. 28, n. 1, p. 1-22, set. 2003.
- Hall, P.; Markusen, a. *Silicon Landscapes*. Boston: Allen & Unwin. 1985.
- Henderson, J. Building the rural economy with high-growth entrepreneurs. *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Kansas City, v. 87, n. 3, p. 45-70. Third Quarter. 2002.
- Hitt, M. A. et al. Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society. *Academy of Management Perspectives*, v. 25, n. 2, p. 57-75, maio, 2011.
- Isenberg, D. The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, Babson Park: MA. 2011.
- Johannisson, B. Personal networks in emerging knowledge-based firms: spatial and functional patterns. *Entrepreneurship and Regional Development*, v. 10, n. 4, p. 297-312, out. 1998.
- Kirzner, I. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press. Set. 1978.
- Kyrgidou, L. P.; Hughes, M. Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions. *European Business Review*, v. 22, n. 1, p. 43-63, 2010.
- Leslie, S. W.; Kargon, R. H. Selling Silicon Valley: frederick termin's model for regional advantage. *Business History Review*, v. 70, p. 435-472. Winter. 1996.
- Li, Y. et al. How does entrepreneurs' social capital hinder new business development? A relational embeddedness perspective. *Journal of Business Research*, v. 66, n. 2, p. 2418-2424, dez. 2013.
- Liao, J.; Welsch, H. Roles of social capital in venture creation: key dimensions and research implications. *Journal of Small Business Management*, v. 43, n. 4, p. 345-362, out. 2005.
- Luke, B.; Kearins, K.; Verreyne, M. L. Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v. 17, n. 3, p. 314-337, set. 2011.
- MacDonald, R.; Jolliffe, L. Cultural rural tourism: evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, v. 30, n. 2, p. 307-322, abr. 2003.
- MANOLOVA, T. S. et al. Breaking the family and friends' circle: predictors of external financing usage among men and women entrepreneurs in a transitional economy. *Venture Capital*, v. 8, n. 2, p. 109-132, abr. 2006.
- Martin, J. M.; Jimenez, J. D.; Molina, V. Impacts of seasonality on environmental sustainability in the tourism sector based on destination type: an application to Spain's Andalusia region. *Tourism Economics*, v. 20, n. 1, p. 123-142, fev. 2014.
- Martínez Fernández, M. C. La capacidad innovadora de las redes de desarrollo regional: el valor añadido de la colaboración, la competitividad y la difusión del conocimiento. *Información Comercial Española. ICE: Revista de Economía*, n. 812, p. 55-70, jan. 2004.
- McClelland, D. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Ed. Expressão e Cultura. 1972.
- MENDONÇA, M. C. *Gestão integrada do turismo no espaço rural*. São Carlos: Universidade Federal de São Carlos. 2006.
- Meyer-Cech, K. Regional cooperation in rural theme trails. In: HALL, I. D.; KIRKPATRICK, I.; MITCHELL, M. (Ed.). *Rural Tourism and Sustainable Business*. Clevedon: Channel View. p. 137-148, 2005.
- Miller, R.; Cote, m. *Growing the Next Silicon Valley*. Lexington, MA: Lexington Books. 1987.
- Murphy, P. E. *Tourism: a community approach* (4th edition). Oxford: International Business Press. 1997.
- Neck, H. M. et al. An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of Small Business Management*, v. 42, n. 2, p. 190-208, fev. 2004.
- Novelli, M.; Schmitz, B.; Spencer, T. Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience. *Tourism management*, v. 27, n. 6, p. 1141-1152, nov. 2006.

- Ostgaard, T. O.; Birley, S. New venture growth and personal networks. *Journal of Business Research*, v. 36, n. 1, p. 37-501, maio 1996.
- Rived, R. A.; GONZALEZ Alvarez, M. A.; Ballarn, G. L. Research note: evidence of employment niches in tourism – an intra-regional approach. *Tourism Economics*, v. 19, n. 3, p. 707-717, jun. 2013.
- Rogers, E. M.; Larsen, J. K. *Silicon Valley Fever*. New York: Basic Books. 1984.
- Romeiro, P.; Costa, C. The potential of management networks in the innovation and competitiveness of rural tourism: a case study on the Valle del Jerte (Spain). *Current Issues in Tourism*, v. 13, n. 1, p. 75-91, jan. 2010.
- SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. *Research Methods for Business Students* (6th edition). Pearson Education. 2012.
- Schumpeter, J. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. 1934.
- Shane, S.; Venkataramann, S. The promise of Entrepreneurship as a field research. *Academy of Management Review*, v. 25, n. 1, p. 217-226, jan. 2000.
- West Iii, G. P.; Bamford, C. E. Creating a technology-based entrepreneurial economy: a resource based theory perspective. *The Journal of Technology Transfer*, v. 34, n. 4, p. 433-451, out. 2005.
- Westhead, P.; Wright, M. Contributions of novice, portfolio and serial founders located in rural and urban areas. *Regional Studies*, v. 33, p. 157-173, abr. 1999.
- Wilson, S. et al. Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, v. 40, n. 2, p. 132-138, nov. 2001.
- Yacuzzi, E. El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación. Working Paper. Serie Documentos de Trabajo, 296, Universidad del CEMAN. 2005.
- Yasuo, O.; SHINICHI, K. Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: evidence from Japan. *Tourism Management*, v. 35, p. 278-283, abr. 2013.
- Yin, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman. 2001.

Anexo 1

Guia de entrevista

ANEXO 1 Guia de entrevista

Questão principal	Subquestões
1. Que tipo de redes foram relevantes na criação e no desenvolvimento do projeto empreendedor?	1.1 Em termos de redes informais, quais foram os intervenientes mais importantes e que recursos viabilizaram? 1.2 Em termos de redes formais, quais foram os intervenientes mais importantes e que recursos viabilizaram?
2. Existem outros elementos relevantes e determinantes para a criação e no desenvolvimento do projeto empreendedor?	2.1 Existem infraestruturas relevantes na região que foram relevantes e determinantes para a criação e no desenvolvimento do projeto empreendedor? 2.2 Existe uma cultura empreendedora na região?

Elaboração própria

Anexo 2

Quadros-síntese da recolha de dados referentes ao ecossistema empreendedor das regiões em estudo

TER	Redes		Incubadoras	Infraestruturas Físicas	Cultura Empreendedora
	Tipo	Descrição			
Fazenda Buracão	Informais	Família	Foram identificados diversos centros de negócios e de apoio à criação de empresas, incubadoras e núcleos de empresas. No entanto, não foram indicadas na região incubadoras especializadas em serviços em turismo	Rede de transportes inexistente, telecomunicações deficitária, muitas zonas sem rede wireless ou rede telemóvel, forte presença de clusters associados à indústria de transformação da cana de açúcar, o café e de transformação de produtos animais	Forte cultura empreendedora familiar.
	Formais	SEBRAE, Associação Café com Leite, SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, Município			Fraca cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa
Fazenda Nova	Informais	Família e amigos			Forte cultura empreendedora familiar.
	Formais	Contactos profissionais desenvolvidos na sua atividade de editor, principalmente dos meios de comunicação, TV Globo, Jornal Estado de São Paulo, SENAC Ministério do Turismo, Secretaria da Cultura			Fraca cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida por iniciativa dos empreendedores
Hotel Fazenda Campo dos Sonhos	Formais	Amigos/colegas, família			Forte cultura empreendedora do proprietário. Forte cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa forte e permanente dinamizada intensamente pelo empreendedor
	Formais	Contactos profissionais, de agentes sociais e económicos do turismo e da comunidade em geral, COMTUR, AC, perfeitura, FACEP, SEBRAE, SENAC, SENAI, ABETA, ABRATUR, ABIH, e ABAV Media (TV e de revistas especializadas, Guia 4 Rodas e a Revista Guia - Guia Turista)			
Fazenda Vista Alegre	Informais	Família e colegas			Forte cultura empreendedora familiar.
	Formais	O SEBRAE, o SENAE e a Associação de Turismo Rural de Ribeirão Preto - ATURP, AGRISHOW, FENASUCRO			Fraca cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa
Estância Fazendinha	Informais	Família, amigos, colegas/colaboradores			Forte cultura empreendedora familiar.
	Formais	O SEBRAE e a Associação de Turismo Rural de Ribeirão Preto - ATURP			Fraca cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa

QUADRO 4

O ecossistema empreendedor para o desenvolvimento do TER nas regiões de Socorro e Ribeirão Preto (Brasil)

Elaboração própria

	Redes			Infraestruturas		
TER	Tipo	Descrição	Incubadoras	Físicas	Cultura Empreendedora	
Quinta do Alcube	Informais	Família	Foram identificados diversos centros de negócios e de apoio à criação de empresas, incubadoras, núcleos de empresas, nomeadamente: SinesTecnopolo, Incubador Madan Parque (Faculdade de Ciência e tecnologia da Universidade Nova de Lisboa), IPSSStartup (especializada em projetos na área do turismo), IPSSStartUp (Incubadora de Ideias do IPS), CACE (Centros de apoio à criação de empresas), IAPMEI (Instituto de apoio às pequenas e médias empresas e à inovação)	Rede de transportes razoável. Boas ligações com grandes centros urbanos mas deficitárias ligações intraregionais. Boa rede de telecomunicação, forte presença de clusters associados à indústria de transformação de produtos agrícolas (vinho, frutos e leguminosas) e de transformação de produtos animais. O cluster associado à produção de vinho é extremamente importante, sendo a região em estudo uma região demarcada de produção de vinho com uma forte presença de adegas de reconhecida notoriedade	Forte cultura empreendedora do proprietário. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional.	
	Formais	Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), ADREPEs, Câmara Municipal de Setúbal, Câmara Municipal de Palmela, Faculdade de Belas Artes, Agências de Viagem				
	Informais	Família e amigos, vizinhos				
Quinta das Machas	Formais	GERA, Crédito Agrícola do Montijo, ADREPEs, Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), Câmara Municipal do Montijo, Junta de freguesia de Pegões, SATIVA, CONSULAI, Faculdade de Ciências de Lisboa, distribuidores e produtores (Mavilora, Abelhua)				Forte cultura empreendedora familiar. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida pelo empreendedor.
	Informais	Amigos, outros proprietários TER, conhecidos				Forte cultura empreendedora do proprietário. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa forte e permanente dinamizada intensamente pelo empreendedor
Herdeira do Moimão Novo	Formais	ADREPEs, Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), Câmara Municipal do Montijo, Junta de Freguesia de Canha, Câmara Municipal de Coruche				Forte cultura empreendedora familiar. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida pelo empreendedor.
	Informais	Família, amigos, colegas, conhecidos, comunidade, antigos				
Aldeia da Mata Pequena	Formais	Montepio Geral, Câmara Municipal de Mafra, Associação Boticas, Quinta do Azinheiro e Vale Verdejante, a Escola de Surf, o Campo Cova da Baleia e a Terra Azul, meios de comunicação social				
	Informais	Família, amigos				Forte cultura empreendedora familiar. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida pelo empreendedor.
Quinta do Miguel	Formais	Meios de comunicação social, Câmara Municipal de Sesimbra, ADREPEs, Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), Gabinete de Arquitetura AMA - Aires Mateus Associados e promotor de projetos de apoio a fundos europeus				
	Informais	Família, amigos				

QUADRO 5

O ecossistema empreendedor para o desenvolvimento do TER na região de Setúbal

Elaboração própria, 2015

Região / País	TER	Redes		Incubadoras	Infraestruturas Físicas	Cultura Empreendedora
		Tipo	Descrição			
Península de Setúbal / Portugal	Quinta do Alcube	Informais	Família	Foram identificados diversos centros de negócios e de apoio à criação de empresas, incubadoras, ninhos de empresas, nomeadamente: SinesTecnopolo, Incubador Madan Parque (Faculdade de Ciência e tecnologia da Universidade Nova de Lisboa), IPSStartup (especializada em projetos na área do turismo), IPSStartUp (Incubadora de Ideias do IPS), CACE (Centros de apoio à criação de empresas), IAPMEI (Instituto de apoio às pequenas e médias empresas e à inovação)	Rede de transportes razoável. Boas ligações com grandes centros urbanos mas deficitárias ligações intraregionais. Boa rede de telecomunicação, forte presença de clusters associados à indústria de transformação de produtos agrícolas (vinho, frutos e leguminosas) e de transformação de produtos animais. O cluster associado à produção de vinho é extremamente importante, sendo a região em estudo uma região demarcada de produção de vinho com uma forte presença de adegas de reconhecida notoriedade	Forte cultura empreendedora do proprietário. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional.
		Formais	Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), ADREPE, Câmara Municipal de Setúbal, Câmara Municipal de Palmela, Faculdade de Belas Artes, Agências de Viagem			
	Quinta dos Mochos	Informais	Família e amigos, vizinhos			Forte cultura empreendedora familiar. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida pelo empreendedor.
		Formais	GERA, Crédito Agrícola do Montijo, ADREPE, Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), Câmara Municipal do Montijo, Junta de freguesia de Pegões, SATIVA, CONSULAI, Faculdade de Ciências de Lisboa, distribuidores e produtores (Maviflora, Abelho)			
	Herdade do Moinho Novo	Informais	Amigos, outros proprietários TER, conhecidos			Forte cultura empreendedora do proprietário. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região com uma capacidade associativa e colaborativa forte e permanente
		Formais	ADREPE, Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), Câmara Municipal do Montijo, Junta de Freguesia de Canha, Câmara Municipal de Coruche			
	Aldeia da Mata Pequena	Informais	Família, amigos, colegas, conhecidos, comunidade, anciãos			Forte cultura empreendedora familiar. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida pelo empreendedor.
		Formais	Montepio Geral, Câmara Municipal de Mafra, Associação Burricadas, Quinta do Azinheiro e Vale Verdejante, a Escola de Surf, o Campo Cova da Baleia e a Terra Azul, meios de comunicação social			
	Quinta do Miguel	Informais	Família, amigos			Forte cultura empreendedora familiar. Algumas evidências de uma cultura empreendedora da região. Capacidade associativa e colaborativa ocasional promovida pelo empreendedor.
		Formais	Meios de comunicação social, Câmara Municipal de Sesimbra, ADREPE, Ministério da Agricultura e do Mar e Comunidade Europeia (PRODER), Gabinete de Arquitetura AMA - Aires Mateus Associados e promotor de projetos de apoio a fundos europeus			

QUADRO 5

O ecossistema empreendedor para o desenvolvimento do TER na região de Setúbal

Elaboração própria, 2015

Redes			Incubadoras	Infraestruturas Físicas	Cultura Empreendedora
TER	Tipo	Descrição			
Ramajal Rural	Informais	Colegas e amigos	Foram identificadas incubadoras de empresas na região, embora não especificamente especializadas em turismo rural	Rede de transportes aceitável embora com necessidade de algumas melhorias. As telecomunicações são boas, todas as zonas têm rede wireless e rede de telemóvel. Presença média do Cluster de Turismo e forte presença da Rede Extremênia de Desenvolvimento Rural	Forte cultura empreendedora familiar. Boa cultura empreendedora da localidade com uma capacidade associativa e colaborativa média que pode melhorar
	Formais	REDEX, FUNDECYT, CLUSTER TURISMO			Forte cultura empreendedora do proprietário. Boa cultura empreendedora da localidade
El Jíniebro	Informais	Família e amigos			Forte cultura empreendedora dos proprietários com uma capacidade associativa e colaborativa forte e permanente dinamizada intensamente com o estrangeiro. Fraca cultura empreendedora da localidade
	Formais	REDEX, Cámara de Comercio de Cáceres, CLUSTER TURISMO, Universidad de Extremadura			Forte cultura empreendedora familiar. Cultura empreendedora média da localidade com uma capacidade
Valle de Mira	Informais	Colegas e amigos			
		Contactos profissionais desenvolvidos na sua atividade de fotógrafo nos meios de comunicação vinculados com a moda e a TV, o mundo do espetáculo e do teatro principalmente			
Casa de la Ermita	Informais	Família e colegas			
	Formais	Cámara de Comercio de Cáceres			

QUADRO 6

O ecossistema empreendedor para o desenvolvimento do TER na região da Extremadura
Elaboração própria, 2015

NOTAS

1. Que tipo de redes foram relevantes na criação e no desenvolvimento do projeto empreendedor?
2. Existem outros elementos relevantes e determinantes para a criação e no desenvolvimento do projeto empreendedor?