



## EMPREENDEDORISMO COMERCIAL, SOCIAL, DE SOBREVIVÊNCIA E A NEO-RURALIDADE: EM BUSCA DE UMA TIPOLOGIA

*COMMERCIAL, SOCIAL, SURVIVAL AND NEO-RURAL ENTREPRENEURSHIP: IN SEARCH OF  
A TYPOLOGY*

**Ubyrajara Brasil Dal Bello** 

Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS, RS Brasil, birabrasil55@gmail.com

**Octávio José Rio do Sacramento** 

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – UTAD, Portugal, octavsac@utad.pt

**Carla Susana da Encarnação Marques** 

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – UTAD, Portugal, amarques@utad.pt

---

DOI: <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v7i1.2926>

Autores Convidados

---

**Resumo:** Esse artigo, de caráter teórico, tem dupla finalidade. A primeira delas é discutir as várias formas e motivações de empreender, as quais podem variar desde a busca pelo lucro ou um ideal social até a luta pela própria sobrevivência. Ou seja, a motivação nem sempre é de ordem financeira no sentido de rentabilidade. Muitas vezes, esse impulso tem como objeto um forte ideal ou a necessidade de subsistir. A segunda finalidade é a de fomentar uma reflexão sobre o sentido da ação empreendedora não centrada em grandes e tradicionais centros urbanos, porém, mais especificamente focada no empreendedorismo desenvolvido no meio rural por empreendedores vindos de fora do espaço agrário, mas que por alguma razão são atraídos pelo espaço rural. Nesse sentido, o artigo procura identificar quem é esse empreendedor que deixa de pertencer aos grandes centros urbanos. Ao mesmo tempo, também procura explicar o significado dessa nova ruralidade que se apresenta a esse indivíduo como atrativo. Saliente-se que essa reflexão de base teórica contempla o empreendedorismo fora dos grandes conglomerados urbanos, mas não necessariamente de caráter rural num sentido purista ou exclusivo. Em outras palavras, não necessariamente ligado a negócios agropecuários, florestais ou agrícolas, embora incluindo essas modalidades também. Em síntese, o artigo procura compreender o significado da ação empreendedora, as motivações que levam um indivíduo a empreender e quem são e o que almejam os cidadãos de origem urbana que deixam a cidade e se mudam para o interior para ali desen-volver um projeto de vida.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Comercial. Empreendedorismo Social. Empreendedorismo. Empreendedorismo de sobrevivência. Neo-rural. Nova ruralidade.

**Abstract:** This paper, has at least dual purpose. The first is to discuss the various forms and motivations to undertake, which can vary from the pursuit of profit or a social ideal to the struggle for survival itself. That is, the motivation is not always financial in the sense of profitability. Often, this impulse has as its object a strong ideal or the need to subsist. The second purpose is to foster a reflection on the meaning of entrepreneurial action not centered in large and traditional urban centers, but more specifically focused on entrepreneurship developed in rural areas by entrepreneurs coming from outside the agrarian space, but for some reason are attracted by the countryside. In this sense, the article seeks to identify who is this entrepreneur who ceases to belong to large urban centers. At the same time, it also seeks to explain the meaning of this new rurality that presents itself to this individual as attractive. It should be noted that this theoretical reflection contemplates entrepreneurship outside the large urban conglomerates, but not necessarily rural in a purist or exclusive sense. In other words, these reflections are not necessarily linked to agricultural, forestry or agricultural businesses, although including these modalities as well. In summary, the article seeks to understand the meaning of entrepreneurial action, the motivations that lead an individual to undertake and who are and what are the citizens of urban origin who leave the city and move inland to develop a project of life.

**Keywords:** Commercial Entrepreneurship. Social Entrepreneurship. Entrepreneurship. Survival entrepreneurship. Neo-rural. New rurality.

## 1 Introdução

Definir de forma cabal o significado de empreendedor é uma tarefa colossal, a começar pela origem da palavra “empreender” cuja raiz pode ser traçada desde há oito séculos até o surgimento do verbo francês *entreprendre* (“fazer alguma coisa”). Trezentos anos depois, uma forma substantiva do termo apareceu: “empreendedor”, ou seja, aquele que empreende. Logo depois tanto o verbo quanto o subs-tantivo foram incorporados ao inglês. Em 1730, Richard Cantillon usou a expressão “empreendedor” para se referir a um trabalhador autônomo com tolerância ao risco e voltado ao provimento de seu próprio bem-estar econômico. No início da Revolução Industrial (1830), Jean-Baptiste Say ampliou ainda mais o significado da palavra, incorporando a ela as habilidades gerenciais como características inerentes ao indivíduo considerado empreendedor (OUTCALT, 2000).

Mas a dificuldade não reside na análise etimológica do termo. A principal dificuldade parece decorrer da amplitude do interesse de diferentes campos científicos que se debruçam sobre o tema, tais como a psicologia, a sociologia, a economia, ou a gestão (MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006). Kruger (2004) e Rao (2004) são de opinião de que a busca de uma definição de empreendedor constitui, por si só, um desafio. Talvez as causas possíveis de tantas variações conceituais residam nos contextos em que estes estudos são realizados, já que também eles são variados Oliveira (2014, p. 126) assim se refere ao problema:

Aunque el estudio del emprendedor se haya originado en las Ciencias Económicas, otras Ciencias So-ciales, como por ejemplo la Psicología y la Sociología, han estudiado el fenómeno emprendedor. En Psicología el interés normalmente se centra en el estudio del individuo emprendedor, relacionándole con la acción de crear negocios. Los psicólogos se han interesado en los diversos aspectos conductuales, de personalidad o cognitivos, entre otros, que podrían explicar al emprendedor o incluso predecir su conducta (Baron, 1998; Vesalainen & Pihkala, 1999; Stewart, Carland, & Carland, 1998; Shane, Locke & Collins, 2003; Ensley, Pearson, & Pearce 2003; Vecchio, 2003; entre otros). Los sociólogos se han interesado en los factores sociales que estarían insertos o influenciarían la acción de emprender, así como las consecuencias de estas acciones para las sociedades (Anderson & Miller, 2003; Butler, 2002; Kennedy, Drennan, Renfrow & Watson, 2003; Morrison, 2000; entre otros). Para los economistas el interés normalmente está relacionado con el papel del emprendedor en el crecimiento económico (Fillion, 2003; Covarrubias, 2003; Eliasson & Henrekson, 2003; Baumol, 2002; Kirzner, 1984, 1997; entre otros). También Hisrich (2000, p.94) reconoce la multidisciplinariedad del campo cuando afirma que “el estudio y entendimiento de este fenómeno tan importante, como es el emprendedor, está mezclado con otras disciplinas tales como la Antropología, la Sociología y la Psicología”<sup>1</sup>.

Seja como for, o fenômeno do empreendedorismo sempre despertou interesse devido ao seu papel dinamizador. O fato de alguém pretender causar um impacto na economia e

1 “Embora o estudo do empreendedor tenha se originado nas Ciências Econômicas, outras Ciências Sociais, como Psicologia e Sociologia, estudaram o fenômeno empreendedor. Em Psicologia, o interesse geralmente é focado no estudo do indivíduo empreendedor, relacionando-o à ação de criar negócios. Os psicólogos estão interessados nos diversos aspectos comportamentais da personalidade ou cognitiva, entre outros, que poderiam explicar o empreendedor ou até mesmo prever o seu comportamento (Baron, 1998; Vesalainen & Pihkala, 1999; Stewart, Carland, & Carland, 1998; Shane, Locke e Collins, 2003; Ensley, Pearson, & Pearce 2003; Vecchio, 2003, entre outros). Os sociólogos estão interessados nos fatores sociais que insere ou poderiam influenciar a ação a tomar, e as consequências dessas ações para as sociedades (Anderson & Miller, 2003; Butler, 2002; Kennedy, Drennan, Renfrow & Watson, 2003; Morrison, 2000, entre outros). Para os economistas, o interesse é geralmente relacionado com o papel do empreendedor no crescimento econômico (Fillion, 2003; Covarrubias, 2003; Eliasson & Henrekson, 2003; Baumol, 2002; Kirzner de 1984, 1997, entre outros). Hisrich (2000, p.94) também reconhece a multidisciplinariedade o campo quando ele diz que “o estudo e compreensão deste importante fenômeno, como é o empresário, é misturado com outras disciplinas como antropologia, sociologia e psicologia.” (Livre tradução)

no desenvolvimento transforma essa pessoa num objeto de pesquisa, sob várias óticas (OLIVEIRA, 2016; GRZYBOVSKI, 2016; OSWALD, 2017).

Esse artigo, de caráter teórico, vem exatamente ao encontro dessas inquietações representadas pela ansiedade de tentar descortinar um significado do que venha a caracterizar um indivíduo como “empreendedor”, nas várias formas que essa condição pode ser assumida por esse mesmo indivíduo. Além disso, outra inquietação diz respeito ao anseio de tentar compreender as motivações que levam a pessoa a empreender, as quais podem variar desde a busca pelo lucro ou por um ideal social ou até pela luta em prol da própria sobrevivência. Por último, a terceira intenção é a de fomentar uma reflexão crítica a respeito do sentido da ação empreendedora não centrada em grandes e tradicionais centros urbanos, porém, mais especificamente focada no empreendedorismo desenvolvido no meio rural por empreendedores vindos de fora do espaço agrário, mas que por alguma razão são atraídos pelo espaço rural. Nesse sentido, o artigo procura identificar quem é esse empreendedor que abandona os grandes centros urbanos atraído por uma ruralidade ressignificada. Saliente-se que essa reflexão de base teórica contempla o empreendedorismo fora dos grandes conglomerados urbanos, mas não necessariamente de caráter rural num sentido purista ou exclusivo. Em outras palavras, não necessariamente ligado a negócios agropecuários, florestais ou agrícolas, embora incluindo essas modalidades também. Em síntese, o artigo procura compreender o significado da ação empreendedora, as motivações que levam um indivíduo a empreender e quem são e o que almejam os cidadãos de origem urbana que deixam a cidade e se mudam para o interior para ali desenvolver um projeto de vida.

## **2 Empreendedor e empreendedorismo: algumas considerações conceituais**

Numa perspectiva clássica, e dentro de uma ótica fundamentalmente schumpeteriana (e capitalista), empreender é promover a inovação a ponto de transformar radicalmente um determinado setor, ramo de atividade ou território, no qual o empreendedor atua. Empreender é dar ensejo a um novo ciclo de crescimento, suficientemente significativo para promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo, tal como postula a teoria econômica neoclássica.

Para Schumpeter, a inovação não se restringiria, apenas, a pequenas ações superficiais, combinando formas tradicionais de fazer as coisas; tratar-se-ia, ao invés, de promover “quase revoluções”. O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, mormente: “a introdução de um novo bem”; “a introdução de um novo método de produção”; “a abertura de um novo mercado”; “a conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados”; “a constituição ou fragmentação de uma posição de monopólio” (SCHUMPETER, 1982, p. 49). Além de ser aquele que corre riscos. Nesse sentido, o empreendedor é um agente econômico, na concepção capitalista, que tem por objetivo final o lucro e a acumulação de capital, sejam de natureza urbana ou rural. Neste caso, estar-se-ia perante o que alguns autores designam por empreendedor comercial. Conceito em linha com a figura do empreendedor rural que é hoje muito valorizada como fator de desenvolvimento, devido ao reconhecimento do empreendedorismo como um elemento chave para o avanço econômico, para a criação de postos de trabalho e para a inovação (CARREE; THURIK; ACS, 2003; VAN PRAAG; VERSLOOT, 2007).

Autores como Acs, Desai e Hessels (2008) comprovam a correlação entre o empreendedorismo e o crescimento econômico. Da mesma opinião comungam North e Smallbone (2007). Defende-se a ideia de que os benefícios decorrentes do empreendedorismo rural são muitos, sendo um dos principais a redução, ou mesmo substituição, de um modelo econômico mono industrial por um modelo mais diversificado (BRYDEN; HART, 2005).

Na opinião de Silva e outros (2017) uma característica peculiar do indivíduo empreendedor, é a capacidade de criar novos negócios. Os empregos e a geração de rendimentos a partir da abertura desses novos negócios fazem do empreendedorismo um destacado fenômeno socioeconômico, o que desperta o interesse de governos e sociedades em busca de políticas públicas alternativas para combater o desemprego e proporcionar crescimento econômico.

Na visão de Oliveira, Vasconcelos e Jeunon (2015), o empreendedorismo cumpre com uma importante função no desenvolvimento econômico de um país, pois, mais do que originar produção e rendimento, opera transformações na estrutura das transações e na sociedade, possibilitando a distribuição da riqueza a partir da criação de mais empresas, produtos e serviços destinados ao mercado.

Schramm e Litan (2012) referem uma era que tem testemunhado o nascer de um capitalismo empreendedor. De acordo com essa visão, acredita-se que os empreendedores estão “eliminando barreiras comerciais, e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade” (DORNELAS, 2008, p. 6).

Entretanto, o mais comum na literatura existente é o destaque que ela dá sobre as dimensões dominantes do empreendedor, tais quais a sua autonomia, a sua capacidade de inovação, seu destemor em assumir riscos, sua agressividade competitiva (COVIN; SLEVIN, 1989). Dollinger (2008, p. 10) define empreendedorismo como “o controle e implantação de recursos para criar uma organização econômica inovadora com a finalidade de ganho ou crescimento sob condições de risco e de incerteza”. Mais tal imagem realmente abrange todos os empreendedores?

Nos primeiros anos da implantação da metodologia GEM (Global Entrepreneurship Monitor) os pesquisadores se surpreenderam com as altas taxas de atividade empreendedora existentes nos países em desenvolvimento. Essas taxas eram significativamente superiores às dos países mais desenvolvidos. A conclusão foi que pessoas de países em desenvolvimento, portanto, mais pobres, são movidas pela necessidade de sobrevivência. A falta de opção de trabalho as leva a começar algum negócio. Já nos países desenvolvidos, a oportunidade e a inovação são os principais fatores de motivação para iniciar negócios (MOTTIAR; BOLUK; KLINE, 2018). Quanto maior a pobreza, maior a necessidade de empreendedorismo, conseqüentemente, mais altas são taxas de atividade empreendedora (REYNOLDS, 2001).

Mottiar, Boluk e Kline (2018) relatam que:

Acs et al., in the 2004 GEM Executive Report, have suggested that the relationship between entrepreneurship and economic development is not linear as had hitherto been thought, but “U” shaped. The TEA declines as GDP per capita falls, up to a threshold of \$28,000, from which it begins to rise again. Based on this curve, they develop a complex typology on the basis of whether a country is below, on or above the curve, and whether the country supports high, medium or low per capita incomes. Thus Acs et al note that in the poorest countries (all

above the curve) “entrepreneurship is based on economic necessity, and the entrepreneurs have proportionately lower education.” (Acs et al 2005:40). In the most developed countries, however, a rate of entrepreneurial activity above the curve means it is inspired by opportunity, innovation, and a boom in services. This analysis considerably complicates the relationship between entrepreneurship and economic growth as originally envisaged in the GEM model (Wenneckers and Thrick, 1999; Reynolds et al., 2001), and places considerable importance on being able to accurately separate entrepreneurship on the basis of whether motivation is necessity or opportunity driven.<sup>2</sup>

E o que dizer dos empreendedores sociais que não são motivados, prioritariamente pelo desejo de auferir lucro, mas sim por um ideal social em primeiro lugar? Embora os pesquisadores do tema ainda não tenham conseguido chegar a uma definição definitiva para o interlocutor dessa modalidade de empreendedorismo, é aceito que o empreendedorismo social é uma atividade de inovação que implica a criação de valor social e que pode ocorrer dentro ou através do setor privado ou público sem ter o lucro como finalidade (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006). Esses empreendedores podem conscientemente buscar objetivos sociais concomitantemente aos econômicos como forma de sustentabilidade. Dees, Haas e Haas (1998, p. 4) sugere que os empreendedores sociais têm como função “Desempenhar o papel de agentes de mudança” [...] “criando e sustentando o valor social”, “perseguindo implacavelmente novas oportunidades” servindo uma missão social, continuamente inovando, adaptando e aprendendo, e “exibindo maior responsabilidade” (livre tradução). Para Perrini (2006) o enfoque do empreendedorismo social é a melhoria do bem-estar e este aspecto é o que o distingue do empreendedorismo tradicional. Além disso, o sucesso para os empreendedores tradicionais é a maximização do lucro, enquanto o empreendedor social prioriza o impacto social e aproveita os fluxos de receita para garantir a sustentabilidade financeira do empreendimento (MOTTIAR; BOLUK; KLINE, 2018). Um exemplo de empreendedor social é Sophi Tranchel a britânica que há quinze anos dirige a Devine Chocolate (<http://www.divinechocolate.com/uk/>), uma empresa que visa incentivar o comércio justo. Quase metade da companhia pertence a uma cooperativa de agricultores em Gana, que produz 6% da colheita de cacau no país. Em 2015, a Divine Chocolate registrou o faturamento de 11 milhões de dólares em vendas.

Por fim, o mínimo que se pode dizer é que o empreendedorismo, seja qual for a modalidade, desperta na população rural vocações antes adormecidas, além de atrair novos moradores vindos de centros urbanos (AKGÜN; ET AL., 2010; 2015; DÉMURGER; XU, 2011; REICHERT; CROMARTIE; ARTHUN, 2014; VAILLANT; LAFUENTE; SERAROLS, 2012). O empreendedorismo é, portanto, por si só, fator de atração de neo-rurais.

### 3 Os neo-rurais e a nova ruralidade

2 Acs et al., no Relatório Executivo do GEM de 2004, sugeriram que a relação entre o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico não são lineares como se pensava até agora, mas em forma de “U”. O TEA (Total Early-stage Entrepreneurial Activity) decresce com a queda do PIB per capita, até um limite de US \$ 28.000, a partir do qual começa a subir novamente. Com base nessa curva, eles desenvolvem uma tipologia complexa com base em se um país está abaixo, na ou acima da curva, e se o país suporta alta, média ou baixa renda per capita. Assim Acs et al. note que nos países mais pobres (todos acima da curva) “o empreendedorismo é baseado em necessidade, e os empresários têm educação proporcionalmente menor” (Acs et al 2005: 40). No mais nos países desenvolvidos, no entanto, uma taxa de atividade empreendedora acima da curva significa que ela é inspirada oportunidade, inovação e um boom de serviços. Esta análise complica consideravelmente a relação entre empreendedorismo e crescimento econômico, como originalmente previsto no modelo GEM (Wenneckers e Thurick, 1999; Reynolds et al., 2001), e coloca uma importância considerável em ser capaz de empreendedorismo separado com base em se a motivação é uma necessidade ou uma oportunidade impulsionada. (Livre tradução)

Nesse ponto, é conveniente a colocação de duas questões: o que são esses neo-rurais e por que são atraídos para o campo?

Quanto ao primeiro questionamento, enquanto adjetivo, a expressão neo-rural normalmente é aplicada ao indivíduo que sai da cidade em direção ao campo para lá se fixar. E ao procurar aprofundar o sentido do termo, percebe-se, na literatura, a existência de uma variedade de interpretações que atestam a heterogeneidade desses sujeitos.

Com efeito, para alguns autores, “os neo-rurais correspondem a indivíduos que viviam nas cidades e procuram, no campo, um espaço de residência, em função, sobretudo, da tranquilidade e da proximidade com a *natureza*” (CANDIOTTO; CORRÊA, 2008, p. 240). Para Dinis e Malta (2001), trata-se de indivíduos que passaram a viver na Serra da Lousã e ostentam um estilo de vida semelhante ao da cultura *hippie*, com origem nos anos 60 do século passado. Segundo o European Observatory Leader “são urbanos instalados no campo” (1998, p. 62); pessoas de diferentes faixas etárias e perfis que decidem voltar para o campo ou nele se estabelecer pela primeira vez, no entender de Gurria (2007). Soares, Fagnani e Bergamasco (2010) consideram neo-rurais os proprietários de segundas residências no campo, com finalidade habitual ou não. Covas (2009) apresenta uma definição um pouco mais dissonante, na medida em que considera que os neo-rurais não vivem geralmente no campo, mas, culturalmente, têm em relação a ele uma atitude amigável. Para Roca (2011, p.7), referindo-se à influência dos neo-rurais no desenvolvimento local da Beira Interior (Portugal), “novos rurais são os indivíduos provenientes de meio urbano que, motivados por razões socioeconômicas, culturais e/ou ambientais, mudaram pela primeira vez ou regressaram ao meio rural, sendo que residem e/ou exercem atividades agrícolas ou não agrícolas no campo”.

Morillo e Pablos (2016) delimitam mais ainda o termo por considerarem apenas como neo-rurais as pessoas originárias dos centros urbanos ou de seus entornos, mas que de maneira voluntária deixam esses locais e se instalam no meio rural, tendo em vista um projeto de vida que envolve alguma forma de atividade econômica. Para os citados autores, não devem ser caracterizados como neo-rurais os migrantes que vivem de aposentadoria, os que retornam às suas origens camponesas ou aqueles que se deslocam para zonas rurais motivados pela oferta de emprego.

Ainda, segundo os autores, as definições de neo-rurais como velhos *hippies*, transeuntes, neo-agricultores, jovens aposentados, não se adéquam à complexidade do fenômeno. Há práticas e crenças subjacentes que marcam esses indivíduos, que, em rigor, são menos visíveis e formam um conjunto de características que vão além do simples fato de se viver num determinado contexto ou levar um estilo de vida peculiar ligado à natureza. São esses elementos que permitem caracterizar mais profundamente esses indivíduos (MORILLO; PABLOS, 2016).

Uma dessas características comuns é a presença do que se poderia denominar por sonho ou ideal, que se consolida prioritariamente por meio do anseio de levar a cabo o próprio projeto de vida. O projeto de vida, por sua vez, está obrigatoriamente ligado ao campo e à natureza e, portanto, ao imaginário rural. Para Bell (2006), outro elemento presente nas características dos neo-rurais é a determinação de tentar realizar esse sonho, mesmo que as condições se apresentem adversas ou que algumas tentativas se traduzam em insucesso.

Assim, em síntese, a expressão define os indivíduos cuja origem é urbana, ou, pelo menos, deixou de ser rural por um longo período; que, por alguma razão (socioeconômica, cultural, ambiental, ou ligada a algum tipo de ideal) se mudam pela primeira vez ou regressam ao meio rural para aí residir ou exercer alguma atividade remunerada (agrícola ou não) e, obrigatoriamente, no âmbito desta investigação, na condição de empresários. Daí a sua equiparação ao conceito de empreendedor.

O conceito de empreendedor neo-rural está em linha, portanto, com a definição de Morillo e Pablos (2016), combinada com a definição de Roca (2011), que consideram neorural o indivíduo originário do meio urbano ou de seus arredores que voluntariamente escolhe o ambiente rural para se instalar e desenvolver um negócio ou meio de vida econômico que possibilite a realização do seu projeto de vida. O próprio Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2017) parece reforçar essa ideia quando considera empreendedorismo “qualquer intento de criação de um negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduo ou empresas já estabelecidas” (GEM, 2017, p. 17). Por extensão, é aplicável ao neo-rural que encontra no campo alguma motivação para empreender.

Mas em termos concretos, o que atrai o empreendedor neo-rural? Ou por outras palavras, o que há, no rural, que o atrai?

Essa questão é uma pouco mais difícil de compreender. A resposta está no significado atual de “rural” que não se prende, unicamente, com a ideia de “terra destinada à agricultura”. A importância de examinar o significado do termo reside no fato de que o rural é o destino desse ator. De qualquer forma, hoje em dia, o significado de rural é mais difuso. De acordo com Halfacree (2007) o significado de rural está bastante ligado ao imaginário das pessoas. Visões idílicas, ou mesmo românticas, de indivíduos que originariamente não são do meio rural distorcem a realidade. Por outras palavras, viver e trabalhar no campo, ou apenas fazer dele local de residência, não são, efetivamente, a mesma coisa.

Assim, não é por acaso que Oliva e Camarero (2002, p. 26) definem o rural “*como elemento imaginario asociado a lo natural, la salud, la identidad, la pertenencia... Lo rural’ pasa a formar parte de nuestras estrategias identitarias, de consumo, residenciales, turísticas, etc.*”<sup>3</sup>. Isto é, a imagem do rural passou por uma transformação cujo impacto acabou por se refletir no imaginário cultural pós-moderno. Passou a ter novas funções como objeto de consumo, funções que serviram de fio condutor às transformações pelas quais esses espaços passaram. Esses processos de mudança que envolvem o rural têm sido designados por “nova ruralidade” (BLAKELY; BRADSHAW, 2002), “*post-rural*” (MURDOCH; PRATT, 1993) ou “ruralidade post-produtivista” (HALFACREE, 1996).

Reis (2014, p. 5) observa a ocorrência de “profundas alterações que se inscrevem nas transformações sociais, económicas e institucionais do mundo rural”<sup>4</sup>. Assim, pode-se dizer que o rural, enquanto espaço, ganhou uma multifuncionalidade conceptual, quer em termos de produção e de trabalho, quer de produto de consumo e de lazer, ou mesmo, em termos de ecologia e de ambiente.

3 “Como elemento imaginário associado ao natural, saúde, identidade, pertencimento ... O rural passa a fazer parte de nossas estratégias de identidade, consumidor, residencial, turismo etc” (livre tradução). 4 Português lusitano.

O que se designa por rural pode ser dividido, grosso modo, em três momentos de significados distintos, mas complementares: o primeiro momento está ligado ao conceito tradicional de espaço rural como local da agricultura, espaço de produção agropastoril, de geração de riqueza primária. O segundo momento seria marcado pela divisão entre rural e urbano, em que o primeiro começa a entrar num processo de isolamento, tendo como características o atraso e a estagnação. O terceiro momento implica uma nova concepção de rural, que começa a ser entendido como espaço de construção socioeconômica e cultural, com expressões fortemente simbólicas provenientes do imaginário coletivo. Em termos práticos, corresponde a uma multifuncionalidade do espaço rural muito para além de local exclusivo de atividades agropecuárias e florestais, abrindo caminho a novos empreendimentos no ramo turístico, da gastronomia, do património, do desporto e de outras atividades.

Deste modo, o espaço rural acaba por ser submetido a um processo de ressignificação das suas funções económicas, culturais e principalmente sociais, ao transformar-se num elemento de atração para outras atividades económicas que não as tradicionalmente inerentes à agricultura. Outros interesses da sociedade chamam a atenção, igualmente, de consumidores e empreendedores. “A valorização da natureza e do património sociocultural dos espaços rurais solapa a desqualificação do rural como espaço de desenvolvimento e rompe com a ideia de ‘atraso’” (CARNEIRO, 1998, p. 31).

Quanto ao património, VEIGA (2004, p. 41) acredita que representa uma oportunidade única de consumo, já que constitui um produto de multivariados atributos, “longe de se resumir a elementos físicos como as paisagens, obras artísticas ou sítios arqueológicos. Ele envolve também bens imateriais, como as tradições locais, saberes artesanais e culinários, ou a própria imagem do território”.

Assim, a nova ruralidade pode ser entendida “em função da trama interna e externa que envolve os agentes sociais no meio rural” (LIMA, 2007, p. 10). Envolve um conjunto de particularidades, distintas de território para território, no sentido em que o rural tem um compromisso com o urbano, e vice-versa, quer no que diz respeito aos habitantes locais, quer aos neo-rurais, empreendedores ou não, aos consumidores do rural, às inovações produtivas e às novas tecnologias.

O rural acaba por ir buscar no urbano não só bens de consumo, mas modos de vida modernos. Daí poder-se afirmar que o rural necessita do urbano para se reproduzir nessa nova concepção de ruralidade, um processo que vai perdendo a sua característica unicamente produtiva para adquirir novos significados. Na ótica de Lima (2007, p. 10-11), “quanto a espaço de lazer, de melhor estilo de vida, em contato com o meio ambiente (a natureza), respirar ar puro, ou, mesmo quando dentro de um viés económico, não se restringe unicamente à agropecuária, mas ao turismo rural, artesanato etc., de maneira que tem mais a ver com a conservação do meio ambiente”. Esta preservação da natureza converte-se num suporte para a exploração económica do meio ambiente, promovendo o turismo rural, a agricultura orgânica, ou a proteção de parques naturais, entre outras possibilidades. As consequências dessas transformações contribuem para fortalecer, ainda mais, a ideia de que uma divisão retilínea entre o urbano e o rural propriamente dito não é sustentável (SCHNEIDER, 2009).

Consequentemente é possível sugerir um conceito de rural em que este surge como espaço físico que se diferencia do urbano. Enquanto o espaço urbano detém uma alta densidade

demográfica, o espaço rural apresenta uma população menor. Nessa nova dimensão do rural, são desenvolvidas atividades agropecuárias tradicionais, lado a lado com outras atividades econômicas mais recentes, como o ecoturismo, a preservação do património histórico e cultural local, o desporto ou a preservação ambiental, numa perspectiva não necessariamente capitalista de mercado, embora contemple esse aspeto. Por último, o espaço rural pode ser entendido, também, como fonte inspiradora de multivariadas representações imaginárias subjetivas, quer individuais, quer coletivas.

Assim, quer numa perspectiva genérica, quer noutra centrada no ambiente rural, o perfil do empreendedor é valorizado por governos, entidades de classe e organizações como um dos principais fatores para o crescimento económico e para a criação de emprego e de rendimento (BARROS; PASSOS, 2000; BARROS; PEREIRA, 2008). Em ambas, no entanto, a iniciativa empreendedora é o meio mais adequado para inovar, aumentar a produtividade e melhorar modelos de negócios (DRUCKER, 1985). Alguns autores chegam a afirmar que se vive a era do empreendedorismo (COSTA, apud AIDAR, 2007; DORNELAS, 2008) em que o *homo economicus* vai sendo substituído pelo *homo attentaturus* (COSTA, apud BOAVA; MACEDO, 2009).

Saliente-se, no entanto, que nem sempre os empreendimentos alcançam sucesso. Pelo contrário, muitos deles naufragam nos primeiros anos.

Num estudo a cercado fracasso de pequenos negócios rurais, desenvolvido na África do Sul, Agbenyegah e Dlamini (2018) constataram que, não obstante a existência de programas governamentais de assistência a novos empreendedores, estes eram, muitas vezes, incapazes de conduzir o seu negócio de uma forma sustentável.

Campos e Soleiro (2016), debruçando-se sobre o problema do desemprego, parecem confirmar a investigação de Agbenyegah e Dlamini (2018), ao questionarem o empreendedorismo como meio alternativo para a falta de oportunidade de trabalho. Para estes autores, nos últimos anos, multiplicaram-se programas públicos de apoio e promoção do empreendedorismo. O tema entrou nos currículos de praticamente todos os níveis de ensino e fez parte de políticas sociais, resultando na constituição de uma rede de instituições, plataformas e encontros voltados para a sua divulgação.

Contudo, ainda segundo os autores, a totalidade das medidas de apoio ao empreendedorismo, em que foram investidas centenas de milhões de euros, resultou em benefícios para apenas 1% dos desempregados. No que diz respeito à concentração das taxas mais elevadas de auto-emprego decorrentes de ações empreendedoras, o fenómeno não ocorre em países com economias mais inovadoras, mas em países onde há mais pobreza, como por exemplo, o Vietnã ou o Bangladesh. Finalmente, outro aspecto interessante observado pelos autores prende-se ao fato de ser o património herdado, e não o mérito ou o esforço individual, o que tem maior peso na acumulação de riqueza na sociedade atual, contrariamente ao que sugere o discurso do empreendedorismo.

De resto, este ponto de vista está de certa forma em sintonia com as conclusões de Piketty (2014), para quem o capitalismo atual está a tomar novamente a forma de um capitalismo patrimonialista, altamente desigual, típico, apenas, da Velha Europa do século XIX. Com efeito, a taxa média de rentabilidade do capital tende a ser mais elevada que a taxa

de crescimento da produção, do que resulta um processo de acumulação contínuo. E isso tem uma relação direta com o patrimônio herdado, fruto de acumulações por parte de gerações anteriores. Dito de outro modo, esta tendência preponderante deriva, fundamentalmente, do efeito cumulativo do próprio patrimônio acumulado, que determina uma desigualdade na rentabilidade do capital.

A própria dimensão do patrimônio é fator de desigualdade em termos de rentabilidade. Mais capital significa mais ganhos através de taxas de rentabilidade superior comparativamente com as de patrimônios mais modestos. O processo de acumulação é, portanto, favorecido por um efeito de escala, em que patrimônios de maior dimensão tendem a capitalizar-se ainda mais intensamente que os de média e pequena dimensão. Logo, esse outro lado da moeda aumenta os riscos do empreendedor vindo de fora do meio rural.

Por outro lado, existe outro tipo de empreendedor que é designado por empreendedor social, na ausência de uma denominação melhor. E uma pergunta se impõe: em que consiste o empreendedorismo social?

Relativamente a este ponto, depara-se com outro desafio a que os autores especializados procuram dar resposta, visando um consenso conceptual no que diz respeito a esse tipo de empreendedor, que o distinga do empreendedor comercial. Além disso, dado o atual interesse nos empreendedores sociais, em virtude dos processos em que estão imersos, das atividades em que estão envolvidos e dos empreendimentos que criam, há estudos que revelam que o número de pessoas identificadas como empreendedores sociais aumentou significativamente nos últimos anos (SULLIVAN; WEERAWARDENA; CARNEGIE, 2003; ROBERTS; WOODS, 2005).

Os empreendedores sociais são retratados, na literatura, como agentes envolvidos em atividades que contribuem prioritariamente para a capacitação social, encarando o desenvolvimento econômico como complemento e não como foco principal. Aliás, segundo Steinerowski, Jack e Farmer, (2008), esta é a definição de empreendedorismo adotada pelo Departamento de Comércio e Indústria de Inglaterra (DTI).

As atividades dos empreendedores sociais e as suas organizações são consideradas tão importantes como as atividades de empreendedores comerciais e com uma cada vez maior relevância na sociedade contemporânea (FARMER; STEINEROWSKI; JACK, 2008; STEINEROWSKI; JACK; FARMER, 2008). Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) defendem que o empreendedor social é motivado para abordar problemas sociais recorrendo a técnicas da esfera dos negócios. Harding e outros (2002) consideram empreendedorismo social a atividade empresarial com objetivos da comunidade, gerando lucros que são reinvestidos no empreendimento social. E Dees, Haas e Haas (1998) acredita que os empreendedores sociais podem ser vistos como um “tipo” de empreendedor que, em muitos aspectos, é comparável aos empreendedores comerciais, mas com diferentes motivações de negócios e operando em esferas distintas.

Assim, o empreendedorismo social (ou empreendedorismo não comercial), no sentido purista, pode ser entendido, de acordo com Oliveira (2004), como um processo inovador, voltado para uma dimensão social, plural ou coletiva. Esse processo tem início, normalmente, na observação de determinada situação-problema de ordem local que necessita de algum tipo

de solução. Essa solução, por via de regra, exige articulações com grupos, na maior parte das vezes locais, de forma a criar soluções para os problemas identificados.

O objetivo do empreendedor social é o desenvolvimento sustentável de uma comunidade, cidade ou região por meio da intensificação do capital social existente na localidade em questão. Por meio da disseminação de tecnologias produtivas, pela articulação de grupos de interesse e pelo estímulo da participação popular na esfera política, o empreendedor social acaba por ampliar oportunidades e o rol de opções para cercar situações de risco a pessoas vulneráveis, por inibir degradações ambientais, por controlar ameaças à flora e à fauna, por neutralizar riscos de dilapidação de patrimônios arquitetônicos e culturais, entre outras esferas de ações. Para tanto, ele utiliza instrumentos de gestão, práticas produtivas inovadoras, técnicas de manejo sustentável de recursos naturais e criatividade para fornecer produtos e serviços que possibilitem a melhoria da condição de vida das pessoas envolvidas (Oliveira, 2004).

Um exemplo desse tipo de empreendedorismo social foi apresentado Cortes-Vazquez (2014), no seu artigo *A natural life: neo-rurals and the power of everyday practices in protected areas*, o Parque Natural Cabo de Gata-Níjar é uma área costeira protegida que abrange 495 km<sup>2</sup>, localizada dentro de uma das regiões mais secas da Europa Ocidental. Um longo período envolvendo escassez de chuvas, erosão e uso indevido de recursos gerou solos extremamente pobres na área. Apenas algumas poucas espécies animais e vegetais sobrevivem às suas condições desérticas. Planícies e colinas áridas, caracterizadas pela ausência de árvores e arbustos dominam a paisagem. Estes acidentes naturais são intercalados com pequenos campos de cultivo, onde o trigo e a cevada são cultivados para a alimentação de cabras e rebanhos de ovelhas (cerca de 300 animais por rebanho). A área marítima protegida cobre quase 25% do Parque e compreende um leito de areia com pequenos grupos de algas marinhas e alguns recifes. Abriga uma pequena, mas diversificada pescaria que é explorada pelos pescadores locais. Outras atividades no Parque incluem ecoturismo e pequenas iniciativas de piscicultura e agricultura intensa em *polytunnels*<sup>4</sup> de plástico. Como a maioria das regiões rurais da Andaluzia, desde a metade do século passado, esta área tem sofrido grandes mudanças em virtude, dentre outros fatores: a crise agrícola dos anos 50 e 60, uma intensa de “agrariorização”, fortes migrações rurais-urbanas, transformações ligadas à integração política e econômica na UE, as intervenções derivadas de uma crescente preocupação com problemas ambientais e mudanças relacionadas com a incorporação nos mercados globais.

No início do século XX, a maioria dos habitantes de Cabo de Gata era composta de pequenos latifundiários e trabalhadores sem-terra que trabalhavam na indústria de mineração local e nas propriedades de alguns poucos e poderosos latifundiários. Uma profunda crise econômica e social começava a afetar aquele lugar. Tanto a atividade mineradora intensa, quanto as atividades de agricultura e de pastoreio dos séculos anteriores já haviam causado severa degradação ambiental. Além disso, a condição dos sem-terra assalariados como dependentes dos empregadores latifundiários agravava a situação, o que piorou ainda mais com o término das atividades de mineração e fim exploração das plantações de capim-esparto (uma cultura da região) nas fazendas dos latifundiários. Esta crise também afetou

---

4 Um *polytunnel* (também conhecido como *polyhouse*, *hoophouse* ou estufa *hoophouse* ou túnel alto) é um túnel normalmente feito de aço e coberto de polietileno, geralmente semicircular, em forma de quadrado.

profundamente a atividade pesqueira local cuja comercialização estava ligada às rendas da agricultura e da mineração.

Nos anos 1950 e 1960, a área já era conhecida como uma das mais pobres da Espanha; fazendas, aldeias e terras foram progressivamente sendo abandonados desertificando a região. As décadas de 1970 e 1980 provocaram uma mudança radical. Agricultura irrigada intensa com o uso *polytunnels* de plástico e turismo de massa rapidamente se espalharam a partir de áreas vizinhas. Os níveis populacionais recomeçaram a crescer; o potencial econômico da área atraiu tanto novos investidores quanto o interesse de pessoas que já haviam emigrado anos antes.

O autor relata, também, que esses neo-rurais ao se depararem com os habitantes locais, logo perceberam que suas visões de mundo eram diferentes. Se para os habitantes locais a exploração econômica era a prioridade, já para os neo-rurais a preservação ambiental era o objetivo máximo. Para tanto era necessária uma articulação que pudesse resultar na criação do Parque Natural. Contudo, a criação do Parque Natural Cabo de Gata-Níjar desencadeou décadas de conflitos com alguns grupos locais. Por exemplo, no final dos anos 90, a tensão social intensificou-se quando muitos agricultores e proprietários de terras tentaram instalar *polytunnels*. Esses agricultores haviam testemunhado os resultados bem-sucedidos dessa prática em áreas vizinhas e queriam reproduzir a tecnologia. Mas acabaram descobrindo que isso era proibido desde 1987. Logo, esses produtores argumentaram que o Parque Natural tinha sido estabelecido sem uma consulta popular o que impossibilitou aos proprietários de terras de estarem conscientes dos novos regulamentos. Eles reagiram criando um grupo de pressão (ARROPE ASSOCIACIÓN) para derrubar a política do Parque. Ainda pior, no calor do momento alguns decidiram desconsiderar as proibições e construíram poli túneis em suas próprias terras. As partes interessadas em conservação testemunharam essas questões com indignação e decidiram formar uma ONG ambientalista e uma associação de ecoturismo as quais uniam forças. Eles organizaram reuniões e manifestações, denunciaram práticas ilegais (tais como a instalação de novos *polytunnels* de plástico), foram criados *sites* e jornais, criou-se a figura dos Gerentes de Parques e agências de controle para tomar medidas exemplares contra os infratores ambientais.

O estudo de Cortes-Vasquez (2014) é um exemplo europeu de empreendedorismo social que envolveu um intenso processo participativo ligado aos neo-rurais. Neste estudo, ele procurou demonstrar que embora preocupação com a conservação ambiental em nível mundial, tenha atraído muita atenção de políticos, de ecologistas e de estudiosos resultando em práticas menos poluentes e numa grande literatura, por outro lado, a influência da ação dos novos habitantes (neo-rurais) em áreas naturais protegidas nunca foi devidamente estudada. Esses neo-rurais advindos de grandes centros e que se mudaram para esses espaços preservados (considerados idílicos) tinham como principal objetivo (ou ideal) o de manter o *status* de localidade idílica a estes territórios. Para tanto, não só se articularam ente si para a consecução deste objetivo, como também pressionaram instâncias de poder. Segundo o autor do estudo, inclusive se indispuseram, na ocasião, com os habitantes locais, cuja composição era de pescadores e de fazendeiros e que agiam contrariamente à preservação ambiental. Para Cortes-Vasquez (2014) o deixar a cidade para estabelecer-se na área protegida teria como recompensa o desfrute de uma nova “vida natural”. Portanto, não estaria aqui o lucro como principal atrativo, mas a conservação ambiental e um estilo de vida. Talvez isso configure um

empreendedorismo idealista cujo beneficiário maior seria a coletividade e, talvez, a própria humanidade.

Contudo, além dos neo-rurais empreendedores comerciais que visam ao lucro e dos neo-rurais empreendedores sociais que são motivados por algum ideal, há ainda os neorurais empreendedores sobreviventes. São aqueles que praticam o empreendedorismo de sobrevivência o qual é realizado por atores que realizam transações nos mercados informais onde operam. Prahalad (2006) observa que até metade de todos os consumidores de subsistência existentes globalmente podem ser empreendedores indicando que a escassez de oportunidades de emprego leva esses consumidores a assumir suas perspectivas por conta própria. Assim, mais do que a maioria dos empreendedores, os empresários de subsistência usam suas famílias com recursos e suporte (mão de obra) para sustentar suas atividades (VISWANATHAN; ROSA; RUTH, 2010). Os empresários de subsistência vivem em comunidades sociais interconectadas (VISWANATHAN; GAJENDIRAN; VENKATESAN,

2008), dando origem a reuniões e trocas sociais cara a cara. Em virtude de sua inserção social dentro das comunidades de subsistência e vivendo eles mesmos na pobreza, as vidas dos empreendedores de subsistência estão imbricadas fortemente com as de seus clientes, levando ao desenvolvimento de relacionamentos interpessoais intensos e compromissos afetivos. Na ausência de mecanismos econômicos e institucionais, os empresários de subsistência confiam exclusivamente nesses compromissos sociais para sustentar e estabilizar seus negócios (VISWANATHAN; ROSA; RUTH, 2010).

Do ponto de vista teórico, os empreendedores de subsistência criam valor econômico não apenas para eles mesmos subsistirem, mas também fornecem valor econômico e social para a comunidade próxima em geral. Tais intercâmbios sociais ajudam a construir sistemas de intercâmbio comunitário de nível meso que, por sua vez, contribuem para o desenvolvimento e manutenção da chamada “economia informal”.

#### **4 O perfil do empreendedor e a taxionomia experimental do neo-rural empreendedor**

A literatura especializada costuma apresentar quatro estudos clássicos que procuraram definir um perfil psicológico para o empreendedor. Essa diversidade de perfis é fruto, segundo Resende (2008), das diferentes características de personalidade (temperamentos diferentes, aptidões distintas, diferentes competências desenvolvidas ao longo da vida, entre outras), o que implica comportamentos diferentes face às dificuldades e desafios.

Assim, a primeira tipologia apresentada é a de Miner (1996), que sustenta que existe uma relação direta entre a personalidade do indivíduo e o potencial para o sucesso empresarial.

Vesper (1980), ao apresentar, também, a sua tipologia, partiu de outro enfoque, tendo por base de classificação o modo como os empreendedores decidem e executam ações, para, então, os categorizar. Logo, para o autor, o *modus-operandi* dos empreendedores determina a sua tipologia, e as mudanças situacionais implicam mudanças tipológicas. Hisrich, Peters e Shepherd (2009) referem que, em virtude de o processo de decisão ocorrer, muito frequentemente, em contextos de alto risco, estando sujeitos a fortes pressões de tempo e elevada carga emocional, a forma de pensar, nessas situações concretas, é diferente da que

tem lugar quando a natureza de um problema é bem compreendida e se dispõe de tempo para procurar a melhor solução.

Andersson (2000) é responsável pelo terceiro modelo tipológico. O seu foco de estudo é o comportamento do empreendedor face aos processos de internacionalização. Segundo o autor, diferentes tipos de empreendedores escolhem diferentes estratégias para comercializar os seus produtos e serviços, no âmbito internacional.

A última tipologia foi criada por Fillion (1999) com base nos estudos de autores de várias disciplinas das Ciências Humanas (psicologia, gestão, sociologia, entre outras) e com base na sua própria investigação sobre empreendedorismo, junto a proprietários e gerentes de pequenas empresas. O resultado foi classificar os em prendedores de acordo com suas respectivas motivações e sentimentos com relação aos seus empreendimentos.

São estas, portanto, as tipologias clássicas do empreendedor. Naturalmente, como acontece com qualquer tipologia, estas são apenas aproximações teóricas ou contingências, e não determinantes, elaboradas pelos autores clássicos atrás mencionados.

Do ponto de vista da metodologia GEM (2017), o foco na atividade empreendedora não está unicamente no comportamento do empreendedor ou no seu perfil, mas sim num conjunto de componentes conceptuais que devem ser vistas no seu todo. Esses componentes seriam os seguintes:

**Social, Cultural, Political and Economic Context:** This is defined by using the World Economic Forum's twelve pillars for profiling economic development phases when surveying competitiveness in addition to nine components of the GEM National Entrepreneurial Conditions. It is important to emphasize that those components may be dispersed in different combinations in different economies, but the levels of economic development are determined by the dominant presence of the identified group of pillars. It should be noted that all components of the environment in which women and men act with an entrepreneurial mindset (or cannot act proactively and innovatively) are mutually dependent. This dependence demands a holistic approach not only in research but also in designing appropriate policies to build a supportive environment in which people can adopt an entrepreneurial behavior.

**Social Values towards Entrepreneurship:** including how society values entrepreneurship as a good career choice; if entrepreneurs have a high social status; and how media attention to entrepreneurship is contributing (or not) to the development of a national entrepreneurial culture.

**Individual Attributes:** including several demographic factors (gender, age, geographic location), psychological factors (perceived capabilities, perceived opportunities, fear of failure) and motivational aspects (necessity-based vs. opportunity-based venturing, improvement driven venturing, etc.).

**Entrepreneurial Activity:** defined according to the ventures' life cycle phases (nascent, new venture, established venture, discontinuation), the types of activity (high growth, innovation, internationalization) and the sector of the activity (Total Early-stage Entrepreneurial Activity—TEA, Social Entrepreneurial Activity—SEA, Employee Entrepreneurial Activity—EEA). (GEM, 2017, p. 9-10).<sup>5</sup>

5 Contexto Social, Cultural, Político e Econômico: Isso é definido usando os doze pilares do Fórum Econômico Mundial para analisar as fases de desenvolvimento econômico ao examinar a competitividade, além de nove componentes das Condições Empresariais Nacionais do GEM. É importante enfatizar que esses componentes podem estar dispersos em diferentes combinações em diferentes economias, mas os níveis de desenvolvimento econômico são determinados pela presença dominante do grupo de pilares identificado. Deve-se notar que todos os componentes do ambiente em que mulheres e homens agem com uma mentalidade empreendedora (ou não podem agir de forma proativa e inovadora) são mutuamente dependentes. Essa dependência exige uma abordagem holística, não apenas na pesquisa, mas também

Assim sendo, parece mais plausível pensar no empreendedorismo dentro de um conjunto de elementos do que considerá-lo, apenas, na ótica comportamental ou de um perfil psicológico específico.

Ressalte-se, contudo, que aparentemente os atributos individuais do empreendedor (*Individual Attributes*), como, por exemplo, os aspetos motivacionais que o incentivam a empreender têm uma importância destacada no caso dos neo-rurais. Tal deve-se ao fato de constituírem um dos elementos chave para a compreensão do que está subjacente à decisão de migrar, a qual pode ser uma oportunidade de lucro ou mesmo um ideal, num caso ou noutro, há um projeto de vida a embasar a decisão.

No caso dos empreendedores neo-rurais, não há nenhuma tipologia na literatura específica para eles. Contudo, mesmo sem uma comprovação empírica, é possível sugerir a seguinte classificação:

Quadro 1 – Taxionomia exploratória dos neo-rurais face às tendências empreendedoras

<b>Tipos de neorurais</b>	<b>Características e percepções hipotéticas</b>	<b>Motivações</b>	<b>Autores</b>
Adepto de um estilo de vida alternativo ou de sobrevivência	O rural ocupa o seu imaginário como um lugar aprazível, um refúgio às atribulações da cidade, uma possibilidade alternativa de vida com mais “espiritualidade”. Trata-se, provavelmente, de pessoas de faixa etária variada, talvez majoritariamente jovens, que desenvolvem alguma atividade de sobrevivência e dentro de princípios não capitalistas.	Fugir da cidade e de modos de vida convencionais. Sobreviver	Dinis e Malta (2009)  Morillo e De Pablos (2016)

no planeamento de políticas apropriadas para construir um ambiente de apoio no qual as pessoas possam adotar um comportamento empreendedor.

Valores Sociais para o Empreendedorismo: incluindo como a sociedade valoriza o empreendedorismo como uma boa escolha de carreira; se os empreendedores tiverem um status social elevado; e como a atenção da mídia para o empreendedorismo está contribuindo (ou não) para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora nacional.

Atributos individuais: incluindo vários fatores demográficos (gênero, idade, localização geográfica), fatores psicológicos (capacidades percebidas, oportunidades percebidas, medo do fracasso) e aspectos motivacionais (baseados em necessidade versus baseados em oportunidades, empreendimentos orientados para a melhoria etc.).

Atividade Empreendedora: definida de acordo com as fases do ciclo de vida dos empreendimentos (nascente, novo empreendimento, empreendimento estabelecido, descontinuação), os tipos de actividade (elevado crescimento, inovação, internacionalização) e o sector da actividade (Atividade Empreendedora Total Inicial TEA, Atividade Empreendedora Social - AES, Atividade Empresarial dos Funcionários - AEF). (GEM, 2017, p. 9-10). (Livre tradução)

<p>Morador do Campo</p>	<p>O rural ocupa seu imaginário como um lugar mais seguro, menos atribulado, onde o tempo passa devagar. Uma vida menos complicada comparativamente aos centros urbanos. Provavelmente, pessoas mais velhas, pensionistas. E que não necessitam desenvolver qualquer atividade econômica para sobreviver.</p>	<p>Ter um modo de vida mais tranquilo.</p>	<p>European Observatory Leader (1998);                  Gurria (2007)                  Soares, Fagnani e Bergamasco (2010)                  Candiotto e Corrêa (2008)</p>
<p>Empreendedor Rural Comercial</p>	<p>O rural ocupa o seu imaginário como um lugar de oportunidades de negócio. Há um mercado rural que pode ser explorado e, se bem trabalhado, gerar lucros. Trata-se, provavelmente, de pessoas de faixa etária variada, talvez majoritariamente jovens ou meia idade dispostos a arriscar.</p>	<p>Formar, fundar ou explorar um negócio com finalidade lucrativa.</p>	<p>Roca (2011)                  Morillo e Pablos (2016);                  D’Allens e Leclair (2016);                  Horáková, Boscoboinik e Smith (2018).</p>
<p>Empreendedor Rural não Comercial ou Social</p>	<p>O rural ocupa o seu imaginário como um lugar que necessita de uma gestão conservacionista de modo a garantir a sobrevivência de grupos de pessoas ou de comunidades. Provavelmente pessoas de faixa etária variando entre jovens e pessoas de média idade, com forte consciência social.</p>	<p>Desenvolver sustentabilidade local, preservação ambiental, do patrimônio, da cultura.</p>	<p>Roca (2011)                  CortesVazquez (2014); D’Allens e Leclair (2016).</p>

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Na taxionomia acima sugerida, é possível perceber que do ponto de vista do conceito de empreendedor segundo a definição do GEM (2017), o Empreendedor Rural Comercial é o tipo mais enquadrável àquela descrição, seguido pelo empreendedor social.

## 5 Áreas de atuação dos empreendedores neo-rurais e as novas competências

Como já explanado, o espaço rural foi submetido a um processo de resignificação das suas funções econômicas, culturais e principalmente sociais, ao transformar-se num elemento de atração para outras atividades econômicas que não as tradicionalmente inerentes à agricultura. Outros interesses da sociedade chamam a atenção, igualmente, de consumidores e empreendedores. Esse processo de resignificação é denominado por Covas (2013) de segunda ruralização. Essa segunda ruralização implica a substituição das atividades clássicas agrícolas, sem extingui-las por completo, por outras, tais como o rentismo imobiliário, a reflorestamento industrial de terras, a industrialização verde (*greening production process*), conservacionismo ambiental, residencialização do espaço rural (loteamentos), criação de campos eólicos no espaço agro-rural (parques energéticos), “turistificação” das amenidades rurais (parques temáticos, parques bio-ambientais, hotelaria, culinária, vinicultura, artesanato), reorganização do espaço rural (reservas de caça, *campings*), produtividade das agriculturas especializadas (explorações intensivas de orgânicos), profusão de redes comerciais (venda de produtos naturais), dentre outras oportunidades de negócio.

Como consequência dessa transformação do antigo rural para uma nova ruralidade em que outros tipos de empreendimento são deslumbrados, é natural que outras competências são necessárias ao empreendedor neo-rural, muito além daquelas específicas ligadas às atividades agrícolas. Principalmente no que tange ao empreendedorismo comercial, essas competências e habilidades devem ser voltadas para o mercado de concorrência perfeita, cujas habilidades gerenciais, financeiras, relacionadas à liderança e à gestão de pessoas, capacidade para tomada de decisões com base na análise de dados e habilidade para gerenciamento por processos organizacionais são condições essenciais para o sucesso do empreendimento (COSTA; FURTADO, 2016).

## 6 Conclusão

De longa data o empreendedorismo já havia sido identificado como uma espécie de motor propulsor do desenvolvimento econômico. Provavelmente, Schumpeter tenha sido o primeiro a entender com maior profundidade e amplitude as repercussões econômicas decorrentes das ações dos empreendedores nos diversos campos econômicos. Muito embora, nos dias de hoje, há uma elevada crença de que o empreendedorismo tenha um papel destacado no desenvolvimento econômico de uma região ou territórios, é sabido que nem todos os empreendimentos são exitosos, quer no meio urbano, quer no meio rural.

Além desse aspecto, nem toda a forma de empreendedorismo assume o lucro como principal objetivo. Há empreendedores que são motivados por uma consciência social ou ambiental e há outros que são forçados a empreender por questões de sobrevivência.

Quanto ao meio rural, esse espaço passou por transformações profundas. De um espaço destinado às atividades agropecuárias tradicionais, apartado do urbano, passou a confundir-se, de certa forma, com esse último e assumiu o lugar para a exploração de outras atividades econômicas, tais como o turismo, o esporte radical, a exploração energética, a agricultura biológica entre outras formas de produção.

Essa transformação do espaço rural, antes especializado em produção agrícola, mas agora fonte de oportunidade de outras formas de negócio acabou por atrair um novo agente econômico: o neo-rural empreendedor, ou seja, o indivíduo originário do meio urbano ou de

seus arredores que voluntariamente escolhe o ambiente rural para se instalar e desenvolver um negócio ou meio de vida econômico que possibilite a realização do seu projeto de vida.

É de supor esse novo protagonista alie duas características peculiares em sua personalidade: a ausência de medo em correr risco e um forte impulso para a realização de um ideal de vida. Esse ideal pode ser de natureza totalmente voltada ao lucro (empreendedor comercial), como também pode ter uma conotação mais social (empreendedor social). Há ainda os que são forçados a empreender por falta absoluta de oportunidades de trabalho.

## Referências

ACS, Z. J.; DESAI, S.; HESSELS, J. Entrepreneurship, economic development and institutions. **Small business economics**, v. 31, n. 3, p. 219-234, 2008.

AGBENYEGAH, A. T.; DLAMINI, B. I. A Survey of Personal Hurdles Contributing to Failures of Rural Entrepreneurship: Economic Implications for Owner-Managers. **The International Business & Economics Research Journal**, v. 17, n. 3, p. 47-60, 2018.

AIDAR, M. M. **Empreendedorismo**. São Paulo: Ed. Thomson Learning, 2007

AKGÜN, A. A.; BAYCAN, T.; NIJKAMP, P. Rethinking on sustainable rural development. **European Planning Studies**, v. 23, n. 4, p. 678-692, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/09654313.2014.945813>.

AKGÜN, A. A. et al. Embeddedness of entrepreneurs in rural areas: a comparative rough set data analysis. **Tijdschrift voor economische en sociale geografie**, v. 101, n. 5, p. 538-553, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2010.00630.x>.

ANDERSSON, S. The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective. **International studies of management & organization**, v. 30, n. 1, p. 63-92, 2000. DOI: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00208825.2000.11656783>.

AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 370-384, 2012.

BARROS, A. A., PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552008000400005>.

BARROS, M. J. F. D.; PASSOS, E. S. Remando a favor da maré: racionalidade instrumental no curso de administração de empresas. **Organizações & Sociedade**, v. 7, n.19, p.161-174. 2000.

BELL, D. **Variations on the Rural Idyll**. In: Cloke, P., Marsden, T., & Mooney, P. (eds.). *Handbook of Rural Studies*. London: Sage, 2006.

BLAKELY, E. J.; BRADSHAW, T. K. **Planning Local Economy Development: Theory and Practice**. Los Angeles: Sage Publication, 2002.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Sentido axiológico do empreendedorismo. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em**

**Administração**, São Paulo, SP, Brasil, 33, 2009. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=000120&pid=S1415655201100020000200007&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000120&pid=S1415655201100020000200007&lng=pt). Acesso em: 5 mar. 2018.

BRYDEN, J.; HART, K. **Why local economies differ: the dynamics of rural areas in Europe**. New York: The Edwin Mellen Press, 2005.

CAMPOS, A.; SOLEIRO, J. **A falácia do empreendedorismo**. Lisboa: Bertrand Editora, 2016.

CANDIOTTO, L. Z. P.; CORRÊA, W. K. Ruralidades, urbanidades e a tecnicização do rural no contexto do debate cidade-campo. **CAMPO-TERRITÓRIO: Revista de Geografia Agrária**, v. 3, n. 5, p. 214-242, 2008.

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 11, p. 53-75, 1998.

CARREE, M. A.; THURIK, A. R. **The impact of entrepreneurship on economic growth**. In: Handbook of entrepreneurship research (pp. 437-471), 2003. Springer, Boston, MA. Disponível em: <https://personal.eur.nl/thurik/Research/Articles/The%20impact%20of%20entrepreneurship%20on%20economic%20growth%20-%20thurik%20chapter.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2018.

CORTES-VAZQUEZ, J. A. A natural life: neo-rurals and the power of everyday practices in protected areas. **Journal of Political Ecology**, v. 21, n. 1, p. 493-515, 2014.

COSTA, A. S. M. **Convergências, divergências e silêncios: o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo nas empresas juniores e na mídia de negócios**. Tese de Doutorado, 2010. Disponível em [http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/7999/Tese\\_Alessandra\\_Mello\\_Costa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/7999/Tese_Alessandra_Mello_Costa.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 5 maio 2018.

COSTA, R. A. T.; FURTADO, C. B. R. A. Empreendedorismo: características, habilidades e competências. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de MPE - REGMPE**, Brasil-BR, v.1, n 2, p. 20-40, 2016.

COVAS, A. **Neo-rurais e mercados emergentes em agroicultura – o campo revisitado**, 2009. Disponível em: [https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub\\_geral.show\\_file?pi\\_gdoc\\_id=492388](https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=492388). Acessado em: 15 mar. 2018.

COVAS, A. Em busca da segunda ruralidade. **XXI Ter Opinião. Fundação Francisco Manuel dos Santos**, n. 2, p. 70-77, 2013. Disponível em : <https://www.ffms.pt/xxi-teropinioao/375/xxi-ter-opinioao-no2>. Acesso em : 27 nov. 2018.

COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. **Strategic Management Journal**, n. 10, p. 75–87, 1989.

D'ALLENS, G.; LECLAIR, L. **Les neo-paysans**. Paris: Éditions du Seuil, 2016.

DEES, J. G.; HAAS, M.; HAAS, P. **The meaning of social entrepreneurship**, 1998. Disponível em: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>. Acesso em: 5 mar. 2018.

DÉMURGER, S.; XU, H. Return migrants: The rise of new entrepreneurs in rural China. **World Development**, v. 39, n. 10, p. 1847-1861, 2011.

DINIS, I., MALTA, M. Da desvitalização à nova ruralidade: identidades e destinos do território na serra da Lousã. In: 1º Congresso de **Estudos Rurais**, setembro, 2001. Disponível em: <http://sper.pt/oldsite/ICER/CONTEUDO/05B.HTM>. Acesso em: 4 mar. 2018.

DOLLINGER, M. J. **Entrepreneurship strategies and resources** (4th ed.). Lombard, Illinois: MARSH Publications, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2008.

DRUCKER, P. **Innovation and Entrepreneurship**: practice and Principles. New York: Harper Business, 1985.

EUROPEAN OBSERVATORY – LEADER. **Report, 1998**. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/services/art01-2.htm>. Acesso em: 10 mar. 2018.

FARMER, J.; STEINEROWSKI, A.; JACK, S. Starting social enterprises in remote and rural Scotland: best or worst of circumstances? **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 6, n. 3, p. 450-464, 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Global Report, 2017**. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 13 mar. 2018.

GRZYBOVSKI, D. Empreendedorismo e gestão de pequenas empresas: uma contribuição do EGEPE. **Gestão & Planejamento**, v. 17, n. 2, p. 296-297, 2016.

GURRIA, A. Innovation in Rural Areas: an Exception or a Must? In: Innovative

Rural Regions. The Role of Human Capital and Technology, **OECD Rural Conference**. p. 21-23, 2007. Disponível em: <http://www.oecd.org/general/innovationinruralareasanexceptionoramust.htm>. Acessado em: 3 mar. 2018.

HALFACREE, K. Trial by space for a ‘radical rural’: Introducing alternative localities, representations and lives. **Journal of rural studies**, v. 23, n. 2, p. 125-141, 2007.

\_\_\_\_\_. Out of place in the country: Travellers and the “rural idyll”. **Antipode**, v. 28, n. 1, p. 42-72, 1996. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.1996.tb00671.x>.

HARDING, R. Et al. **Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom**. London: London Business School, 2002. Disponível em: <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/gem-2006-global-report.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2018.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HORÁKOVÁ, H.; BOSCOBOINIK, A.; SMITH, R. (Eds.) **Utopia and Neoliberalism - Ethnographies of rural spaces**. Freiburger Sozialanthropologische Studien. Münster: LIT

Verlag, 2018. Disponível em: <http://www.lit-verlag.de/isbn/3-643-80215-6>. Acesso em: 10 agos. 2018.

KRUGER, M. E. **Creativity in the entrepreneurship domain**. Tese de Doutorado. University of Pretoria. Pretoria. South Africa, 2004. Disponível em: <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/27491/Complete.pdf?sequence=11>. Acesso em: 8 mar. 2018.

LIMA, C. R. R. Ruralidade: o debate sobre o velho e o novo no meio rural. In: **XIII Congresso Brasileiro de Sociologia**. 2007. Disponível em: [http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=47&Itemid=170](http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=47&Itemid=170). Acesso em: 30 mar. 2018

MINER, J. B. Evidence for the Existence of a Set of Personality Types, Defined by Psychological Tests, that Predict Entrepreneurial Success. In: **Frontiers of Entrepreneur Research. Babson College**, 1996. Disponível em: [www.babson.edu/entrep/fer/papers96/miner/](http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/miner/). Acesso em: 6 jun. 2018.

MORILLO, M. J.; PABLOS J. C. La «autenticidad» neorrural, a la luz de El sistema de los objetos de Baudrillard. **Revista Española de Investigaciones Sociológicas**, v. 153, p. 95110, 2016.

MOTTIAR, Z.; BOLUK, K.; KLINE, C. The roles of social entrepreneurs in rural destination development. **Annals of Tourism Research**, v. 68, p. 77-88, 2018.

MURDOCH, J.; PRATT, A. C. Rural studies: modernism, postmodernism and the 'postrural'. **Journal of Rural Studies**, v. 9, n. 4, p. 411-427, 1993.

MURPHY, P. J.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History**, v. 12, n. 1, p. 12-35, 2006.

NORTH, D; SMALLBONE, D. Developing entrepreneurship and enterprise in Europe's peripheral rural areas: Some issues facing policy-makers. **European Planning Studies**, v. 14, n. 1, p. 41-60, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654310500339125>.

OLIVA, J.; CAMARERO, L. A. Paisajes sociales y metáforas del lugar (Una exploración de la ruralidad itinerante en Navarra). **Colección Ciencias Sociales**, 2002. Disponível em: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewFile/245/437>. Acesso em: 11 mar. 2018.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, p. 1-15, 2004.

OLIVEIRA, A. F.; VASCONCELOS, M. C.; JEUNON, E. E. Empreendedorismo Feminino de Empresárias de Belo Horizonte: história de vida, características, desafios e fatores determinantes. **Rev. CCEI – URCAMP**. v.19, n. 34, p. 49-63, 2015.

OLIVEIRA, M. D. F. S. El concepto del emprendedorismo: Todavía um problema? **Revista Capital Científico-Eletrônica**, v. 12, n. 1, p. 117-132, 2014.

OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. D. O. L.; DE MUYLDER, C. F. Educação empreendedora: O desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em Instituições de Ensino Superior. **Revista Administração em Diálogo-RAD**, v. 8, n. 1, p. 2956, 2016.

OSWALD, R. Empreendedorismo: uma revisão bibliométrica sobre o perfil empreendedor na base de dados spell. **Revista Conexão**, v. 4, p.1- 19, 2017.

OUTCALT, Charles. The notion of entrepreneurship: Historical and emerging issues. **CELCEE Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership working paper**, 2000. Disponível em <http://aaboori.mshdiau.ac.ir/Announcements/notion%20of%20entrepreneurs>. Acesso em: 27 nov. 2018.

PERRINI, Francesco (Ed.). **The new social entrepreneurship: what awaits social entrepreneurial ventures?** Edward Elgar Publishing, 2006.

PIKETTY, T. **O capital no século XXI**. Disponível em: <http://delubio.com.br/biblioteca/wp-content/uploads/2015/02/O-Capital-no-Seculo-XXI-Thomas-Piketty-2.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2018.

PRAHALAD, C. K. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits**. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing, 2006.

RAO, D. R. **Culture and entrepreneurship in Fiji's small tourism business sector**. Doctoral Dissertation. Victoria University. Melbourne. Australia, 2004. Disponível em: <http://vuir.vu.edu.au/id/eprint/341>. Acesso em: 8 agos. 2018.

REICHERT, C.; CROMARTIE, J. B.; ARTHUN, R. O. Impacts of return migration on rural US communities. **Rural Sociology**, v. 79, n. 2, p. 200-226, 2014.

REIS, P. Os Actores do Novo Paradigma do Mundo Rural: Os Neo-Rurais das aldeias históricas de Portugal. In **VIII Congresso Português de Sociologia - 40 anos de democracias: progressos, contradições e propestivas**, Évora, 2014. Disponível em: [http://historico.aps.pt/viii\\_congresso/VIII\\_ACTAS/VIII\\_COM0471.pdf](http://historico.aps.pt/viii_congresso/VIII_ACTAS/VIII_COM0471.pdf). Acesso em: 4 mar. 2018.

RESENDE, E. **O papel dos empresários no desenvolvimento do Brasil: suas 12 competências e 5 incompetências**. São Paulo: Summus, 2008.

REYNOLDS, P. D.; CAMP, S. M.; BYGRAVE, W. D.; AUTIO, E.; HAI, M. Global entrepreneurship monitor: 2000. **Executive Report 2001 - London Business School and Babson College**. Disponível em <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan002481.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ROBERTS, D., WOODS, C. (2005). **Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship**. University of Auckland Business Review, v. 7, n. 1, p. 45-51, 2005.

ROCA, M. N. O. Os Novos Rurais da Beira Interior: (potenciais) agentes de desenvolvimento local. **Seminário Ibérico “Combate à Desertificação, Abandono Rural e Despovoamento – Intervenções Raianas”, Idanha-a-Nova**. 20 e 21 jan., 2011. Disponível em: <http://www.icnf.pt/portal/naturaclas/ei/unccd-PT/event/docssemin/resource/ficheiros/sii/1-2-Os-Novos-Rurais-da-Beira-Interior.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2018.

SCHNEIDER, S. Ciências Sociais, Ruralidade e Territórios: em busca de novas referências para pensar o desenvolvimento. **Campo – Território: revista de geografia agrária**, 2009. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Sergio\\_Schneider/publication/237419398\\_CIENCIAS\\_SOCIAIS\\_RURALIDADE\\_E\\_TERRITORIOS\\_em\\_busca\\_de\\_novas\\_referencia](https://www.researchgate.net/profile/Sergio_Schneider/publication/237419398_CIENCIAS_SOCIAIS_RURALIDADE_E_TERRITORIOS_em_busca_de_novas_referencia). Acesso em: 8 agos. 2018.

SCHRAMM, C., LITAN, R. E. **Better Capitalism: Renewing the Entrepreneurial Strength of the American Economy**. New Haven & London: Yale University Press, 2012.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Possas, M. S. (Trad.). São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, A.L.; MENDES, A. B.; PINTO, G. A.; SILVA, J. W.; FERREIRA, A. A. Empreendedorismo e empresas que dão suporte ao empreendedor. **Maiêutica: Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional**, v. 5, n. 1, p. 77-84, 2017.

SOARES, M. D. O.; FAGNANI, M. Â.; BERGAMASCO, S. M. P. P. Algumas Contradições do Turismo no Espaço Rural em Municípios do estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, v. 38, n. 1, p. 46-53, 2010.

STEINEROWSKI, A.; JACK, S. L.; FARMER, J. Who are the Social ‘Entrepreneurs’ and What Do They Actually Do? **Lancaster University - Working Paper**, 2008. Disponível em: <https://digitalknowledge.babson.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1422&context=fer>. Acesso em: 9 mar. 2018.

SULLIVAN M. G.; WEERAWARDENA, J.; CARNEGIE, K. Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. **International Journal Of Nonprofit And Voluntary Sector Marketing**, v. 8, n. 1, p. 76-88, 2003.

VAILLANT, Y.; LAFUENTE, E.; SERAROLS, C. Location decisions of new ‘Knowledge Intensive Service Activity’ firms: the rural–urban divide. **The Service Industries Journal**, v. 32, n. 16, p. 2543-2563, 2012. DOI: <http://hdl.handle.net/10.1080/02642069.2011.594880>.

VAN PRAAG, C. M.; VERSLOOT, P. H. What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. **Small business economics**, v. 29, n. 4, p. 351-382, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9074-x>.

VEIGA, J. E. da. Destinos da ruralidade no processo de globalização. **Estudos Avançados**, v. 18, n. 51, p. 51-67, 2004.

VESPER, K. H. Perspectives on Entrepreneurship. In: *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1980.

VISWANATHAN, M.; GAJENDIRAN, S.; VENKATESAN, Raj. Understanding and enabling marketplace literacy in subsistence contexts: The development of a consumer and entrepreneurial literacy educational program in South India. **International Journal of Educational Development**, v. 28, n. 3, p. 300-319, 2008.

VISWANATHAN, M.; ROSA, J. A.; RUTH, J. A. Exchanges in marketing systems: the case of subsistence consumer–merchants in Chennai, India. **Journal of marketing**, v. 74, n. 3, p. 1-17, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.3.1>.