

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM AGRONEGÓCIOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS

**ÂNGELA CRISTINA ALBARELLO MARINS**

**PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES QUANTO AOS ESTÍMULOS E  
RESTRICÇÕES INSTITUCIONAIS EM DOIS ROTEIROS TURÍSTICOS**

Porto Alegre

2019

**ÂNGELA CRISTINA ALBARELLO MARINS**

**PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES QUANTO AOS ESTÍMULOS E  
RESTRICÇÕES INSTITUCIONAIS EM DOIS ROTEIROS TURÍSTICOS**

Dissertação de mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Agronegócios.

Orientador: Prof. Dr. Marcelino de Souza.

Porto Alegre

2019

CIP - Catalogação na Publicação

Albarelo, Ângela Cristina  
Percepções dos empreendedores quanto aos estímulos  
e restrições institucionais em dois roteiros  
turísticos / Ângela Cristina Albarelo. -- 2019.  
148 f.  
Orientador: Marcelino de Souza.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Centro de Estudos e Pesquisas em  
Agronegócios, Programa de Pós-Graduação em  
Agronegócios, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. Turismo. 2. Empreendedorismo. 3. Roteiros  
turísticos. 4. Instituições. 5. Dimensão regulativa,  
normativa e cognitiva. I. Souza, Marcelino de, orient.  
II. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios

Programa de Pós Graduação em Agronegócios

**Ângela Cristina Albarello Marins**

**PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES QUANTO AOS ESTÍMULOS E  
RESTRICÇÕES INSTITUCIONAIS EM DOIS ROTEIROS TURÍSTICOS**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em Agronegócios do  
Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como  
requisito parcial para obtenção do título de Mestre  
em Agronegócios.**

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil - UFRGS

Prof. Dr. Carlos Honorato Schuch Santos - FURG

Prof. Dr. Leonardo Xavier da Silva - UFRGS

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Cláudia Machado Padilha - UPF

Orientador: Prof. Dr. Marcelino de Souza – UFRGS

Fevereiro de 2019

Dedico este trabalho aos meus pais, Pedro Albarello (*in memoriam*) e Elizabeth Pacheco Albarello que sempre foram os meus maiores incentivadores; por mostrarem o valor que a educação formal tem para o indivíduo e para a sociedade; por reiteradamente afirmarem que o único bem que ninguém nos tira é o conhecimento e, dessa forma, me estimularam a dar o passo seguinte e ir além. Por serem fontes de amor, dedicação e afeto. Por serem exemplos de seres humanos; de solidariedade; de trabalho comunitário; de respeito à dignidade humana e de valor à família e à vida. Vocês sempre me inspiraram.

Aos meus irmãos Constantino Albarello e Leonardo Albarello por estarem sempre disponíveis e serem fonte de amor, leveza e sabedoria.

Ao meu marido José Leonar Marins pelo afeto, apoio, incentivo, compreensão das horas em que precisei estar totalmente mergulhada em busca do conhecimento e me fiz ausente no núcleo familiar.

## AGRADECIMENTOS

Gratidão é um sentimento imenso e infinitamente reconfortante. Cabem tantos sentimentos positivos nessa palavra, por isso da sua relevância.

Após esses dois anos de dedicação e construção do conhecimento, chegou o momento de agradecer a todos que contribuíram para que ele se concretizasse. Dessa forma, agradeço:

Primeiramente a Deus pelo dom da vida.

Agradecimentos especiais a toda a minha família, fonte de amor e alegria, e também a minha fortaleza.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

A todos do Programa de Pós-graduação em Agronegócios (CEPAN), aos professores e funcionários, sou grata pelo acolhimento durante esses dois anos em que tive o privilégio de conviver e aprender com todos vocês.

Ao meu orientador e aos professores integrantes da banca, pela dedicada leitura e apontamentos nesta dissertação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Aos colegas e amigos tanto do CEPAN quanto do PGDR, em especial à turma de mestrado de 2017, pelos momentos de convivência e de compartilhamento de conhecimento.

À bibliotecária Mara Neide Emmanuelli, por toda a sua dedicação e auxílio para a revisão das referências bibliográficas; a bibliotecária Elisângela da Silva Rodrigues, pela atenção, acolhimento e auxílio ao longo desses dois anos; e a secretária do PPG-Agronegócios Débora Mara Correa de Azevedo, pela disponibilidade, acolhimento e auxílio recebidos.

Aos empreendedores dos Roteiros Turísticos das Salamarias e da Via Orgânica, em especial, a Senhora Neusa Zanin Camera presidente da Associação Rota das Salamarias de Marau (RS) e a turismóloga Melina M. Casagrande da Secretaria de Turismo e Cultura de Garibaldi (RS).

A todos, os meus sinceros agradecimentos!

## RESUMO

Esta dissertação trata do estudo das percepções de empreendedores quanto aos estímulos e restrições institucionais em dois roteiros turísticos. O meio rural sofre com a sazonalidade inerente ao agronegócio, com condições climáticas adversas, com escassez de recursos, com municípios diante de restrições econômicas dentre outros fatores. Nesse contexto, parece interessante diversificar a atividade produtiva, gerar renda complementar e buscar agregar valor aos produtos e serviços ofertados. Essas ações dependem do empreendedorismo que está relacionado às instituições existentes. Nesse sentido, quanto melhor for a qualidade das estruturas das dimensões cognitivas, normativas e regulativas, tanto maior será a atividade empreendedora num determinado território. A qualidade dessas dimensões depende dos valores, das crenças, da cultura, dos costumes, dos predicados morais, dos sistemas legais, das Políticas Públicas e organizacionais dentre outros. O trabalho aqui apresentado tem como objetivo principal saber as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo. Os demais objetivos são o de caracterizar o perfil dos empreendedores e dos empreendimentos dos roteiros de turismo; e verificar as percepções dos empreendedores quanto às instituições a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas. O conhecimento das percepções dos empreendedores nas três dimensões permite identificar as mais frágeis e a partir dessa informação é possível estabelecer mecanismos para fortalecê-las e, dessa forma, fomentar o empreendedorismo no turismo. A discussão e análise realizadas no trabalho têm como base teórica o aporte da nova economia institucional. O trabalho consistiu de duas etapas metodológicas distintas. Inicialmente, fez-se uma pesquisa documental com posterior análise do documento que contribuíram para descrever as trajetórias do desenvolvimento dos roteiros. A segunda etapa foi constituída por um roteiro estruturado de pesquisa composto por cinco partes. A pesquisa foi constituída pelo estudo de dois casos, tendo sido selecionados intencionalmente e pelo fácil acesso aos roteiros das Salamarias e Via Orgânica. A primeira parte do formulário buscou caracterizar o empreendedor; a segunda parte do formulário se destinou a caracterizar o empreendimento, esse conjunto de dados serviu para contextualizar o cenário em que os roteiros estão inseridos. Da terceira até a quinta parte do formulário se destinaram a obter as percepções dos empreendedores em relação às instituições nas suas dimensões regulativas, normativas e cognitivas existentes. Através do exame da média geral

encontrada para cada uma das três dimensões - regulativa, normativa e cognitiva - tem-se que o roteiro das Salamarias apresentou média geral inferior ao do roteiro da Via Orgânica para as dimensões Regulativas e Cognitivas. Portanto, essas duas dimensões necessitam ser priorizadas pelo Poder Público para estimular o empreendedorismo no turismo, em especial, no roteiro das Salamarias. A dimensão normativa foi a que apresentou melhores resultados para ambos os roteiros, sendo a dimensão que menos necessita de atenção por parte do Poder Público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo. Empreendedorismo. Roteiros turísticos. Instituições. Dimensão regulativa, normativa e cognitiva.



## ABSTRACT

This dissertation deals with the study of entrepreneurs' perceptions of institutional stimuli and restrictions in two Touristic itineraries. The rural areas suffer from the seasonality inherent to agribusiness, with adverse weather conditions, scarcity of resources, as well as municipalities which face economic restrictions among other factors. Therefore, it seems interesting to diversify productive activity, generate complementary income and seek to add value to the products and services offered. These actions depend on entrepreneurship that is related to existing institutions. Hence, the better the quality of the structures of the cognitive, normative and regulatory dimensions, the higher the entrepreneurial activity in a given territory will be. The quality of these dimensions depends on values, beliefs, culture, customs, moral predicates, legal systems, public and organizational policies, among others. The main objective of the work presented here is to know the perceptions of entrepreneurs in tourist itineraries in relation to possible support and/or restrictions from institutions for the development of tourism. The other objectives are to characterize the profile of entrepreneurs and enterprises in tourism itineraries; and verify the perceptions of itineraries entrepreneurs regarding the institutions from the regulatory, normative and cognitive dimensions. Knowledge of the perceptions of entrepreneurs in the three dimensions allows identifying the weakest points and, consequently, based on such information, it is possible to establish mechanisms to strengthen them and, thus, foster entrepreneurship in tourism. The discussion and analysis carried out in the study are theoretically based on the contribution of the new institutional economy. The work consisted of two distinct methodological stages. Initially, a documentary research was carried out with subsequent analysis of the document that contributed to describe the trajectories of the development of the itineraries. The second stage consisted of a structured research script composed of five parts. The research consisted of the study of two cases, having been selected intentionally and by the easy access to the itineraries of the Salamarias and Via Orgânica. The first part of the interview form sought to characterize the entrepreneur; the second part intended to characterize the enterprise, serving to contextualize the scenario in which the scripts are inserted. From the third to the fifth part the intention was to obtain the perceptions of entrepreneurs about the institutions in their regulatory, normative and cognitive existing dimensions. Through the examination of the general average found for each of the three dimensions -

regulatory, normative and cognitive - we found that the Salamarias itinerary presents an overall average lower than that of the one presented by Via Orgânica for the Regulatory and Cognitive dimensions. Therefore, these two dimensions need to be prioritized by the Government to stimulate entrepreneurship in tourism, especially in the Salamarias itinerary. The normative dimension was the one that presented the best results for both itineraries, being the dimension that less needs attention from the Government.

**KEYWORDS:** Tourism. Entrepreneurship. Touristic itineraries. Institutions. Regulatory, normative and cognitive dimensions.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Modelo conceitual da influência de elementos regulativos, normativos e cognitivos na mudança organizacional.....	52
Figura 2 -	Etapas do desenvolvimento da pesquisa.....	70
Figura 3 -	Ilustração da localização do município de Marau no estado do Rio Grande do Sul.....	73
Figura 4 -	Ilustração da localização do município de Garibaldi no estado do Rio Grande do Sul.....	74
Figura 5 -	Esquema representativo de apresentação dos resultados da pesquisa.....	76
Figura 6 -	Ilustração do Roteiro das Salamarias, Marau, Rio Grande do Sul.....	79
Figura 7 -	Ilustração do Roteiro Via Orgânica, Garibaldi, Rio Grande do Sul.....	82
Figura 8 -	Nuvens de palavras do Roteiro das Salamarias, Marau, Rio Grande do Sul...	116
Figura 9 -	Nuvem de palavras do Roteiro Via Orgânica, Garibaldi, Rio Grande do Sul..	117
Figura 10 -	Nuvens de palavras dos Roteiros das Salamarias e Via Orgânica.....	118

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Modelo de Crescimento Endógeno (MCE).....	48
Quadro 2 -	Dimensões Institucionais, suas características e funcionamentos.....	50
Quadro 3 -	Empreendimentos e atividades de turismo existentes no Roteiro das Salamarias - Marau/RS.....	63
Quadro 4 -	Empreendimentos e atividades de turismo existentes no Roteiro Via Orgânica - Garibaldi/RS.....	64
Quadro 5 -	Formatação do Roteiro da Via Orgânica.....	83
Quadro 6 -	Média Geral dos Roteiros .....	114

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Perfil dos empreendedores do Roteiro das Salamarias.....	87
Tabela 2 -	Perfil dos empreendedores do Roteiro Via Orgânica.....	89
Tabela 3 -	Perfil dos empreendimentos do Roteiro das Salamarias.....	92
Tabela 4 -	Perfil dos empreendimentos do Roteiro Via Orgânica.....	95

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Dimensão Regulativa - Roteiro das Salamarias.....	99
Gráfico 2 - Dimensão Regulativa - Roteiro Via Orgânica.....	102
Gráfico 3 - Dimensão Normativa - Roteiro das Salamarias.....	105
Gráfico 4 - Dimensão Normativa - Roteiro Via Orgânica.....	107
Gráfico 5 - Dimensão Cognitiva - Roteiro das Salamarias.....	110
Gráfico 6 - Dimensão Cognitiva - Roteiro Via Orgânica.....	111
Gráfico 7 - Média Geral para as três dimensões - Roteiro das Salamarias.....	113
Gráfico 8 - Média Geral para as três dimensões - Roteiro Via Orgânica.....	114

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABAV - Associação Brasileira de Agentes de Viagens  
ABEOC BRASIL - Associação Brasileira de Empresas de Eventos  
ATUASERRA - Associação de Turismo da Serra Nordeste  
CNTUR - Confederação Nacional do Turismo  
COODESTUR - Cooperativa de Formação e Desenvolvimento do Produto Turístico  
COMBRATUR - Comissão Brasileira de Turismo  
ECA - Escola de Comunicações e Artes  
ECM - Economia dos Custos de Mensuração  
ECT - Economia dos Custos de Transação  
EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo  
FUNGETUR - Fundo Geral do Turismo  
GECAM - Gerência de Operações de Câmbio  
IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IDESTUR - Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural  
MCE - Modelo de Crescimento Endógeno  
MTUR - Ministério do Turismo  
NEI - Nova Economia Institucional  
OMT - Organização Mundial do Turismo  
PMEs - Pequenas e Médias Empresas  
PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo  
PNT - Plano Nacional de Turismo  
PP - Políticas Públicas  
PRODETUR/NE - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste  
s.d. - Sem data  
Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
Senac - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial  
SETUR RS - Secretaria do Turismo do Rio Grande do Sul  
SETURGA - Serra Turismo Garibaldi.  
TR - Turismo Rural  
TCM - Teoria dos Custos de Mensuração  
UF - Unidade da Federação

UFPR - Universidade Federal do Paraná

[20--?] - Indica o século provável da publicação, quando no documento não constar a data da publicação



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	19
PROBLEMA DE PESQUISA.....	24
JUSTIFICATIVA.....	26
OBJETIVOS.....	32
<b>Objetivo geral</b> .....	32
<b>Objetivos específicos</b> .....	33
<b>1 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	34
1.1 A NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL.....	34
<b>1.1.1 A importância da teoria para a compreensão das interações entre instituições e desenvolvimento socioeconômico</b> .....	39
<b>1.1.2 A coordenação econômica a partir da teoria</b> .....	42
1.2 EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA DA NEI.....	46
1.3 A MATRIZ INSTITUCIONAL COMO CONDICIONANTE DO EMPREENDEDORISMO TURÍSTICO.....	53
<b>2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	57
2.1 OBJETOS DO ESTUDO.....	62
2.2 COLETA E ORGANIZAÇÃO DOS DADOS E INFORMAÇÕES.....	66
2.3 CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS ONDE ESTÃO LOCALIZADOS OS ROTEIROS TURÍSTICOS.....	72
<b>2.3.1 Município de Marau</b> .....	72
<b>2.3.2 Município de Garibaldi</b> .....	73
<b>3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	76
3.1 DESCRIÇÃO DAS TRAJETÓRIAS DO DESENVOLVIMENTO DOS ROTEIROS COM ÊNFASE NO APOIO E/OU RESTRIÇÕES DAS INSTITUIÇÕES AO EMPREENDEDORISMO NOS ROTEIROS.....	77
<b>3.1.1 Roteiro das Salamarias</b> .....	77
<b>3.1.2 Roteiro Via Orgânica</b> .....	81
3.2 CARACTERÍSTICAS DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES E DOS	

EMPREENDIMENTOS.. .....	86
<b>3.2.1 Perfil dos Empreendedores - Roteiro das Salamarias.....</b>	<b>86</b>
<b>3.2.2 Perfil dos Empreendedores - Roteiro Via Orgânica.....</b>	<b>88</b>
<b>3.2.3 Perfil dos Empreendimentos - Roteiro das Salamarias.....</b>	<b>91</b>
<b>3.2.4 Perfil dos Empreendimentos - Roteiro Via Orgânica.....</b>	<b>94</b>
3.3 ANÁLISE DAS PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES QUANTO ÀS INSTITUIÇÕES A PARTIR DAS DIMENSÕES REGULATIVAS; NORMATIVAS E COGNITIVAS.....	97
<b>3.3.1 Dimensão Regulativa.....</b>	<b>98</b>
<b>3.3.2 Dimensão Normativa.....</b>	<b>104</b>
<b>3.3.3 Dimensão Cognitiva.....</b>	<b>108</b>
<b>3.3.4 Média Geral das Dimensões Regulativas; Normativas e Cognitivas.....</b>	<b>113</b>
<b>3.3.5 Nuvens de palavras das entrevistas.....</b>	<b>116</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>120</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>127</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>137</b>

## INTRODUÇÃO

O presente estudo visa a ir ao encontro das discussões em torno da relação das instituições com o empreendedorismo<sup>1</sup> em roteiros turísticos. Apesar de ainda não haver um conceito que seja unânime diferenciando rota de roteiro (GONÇALVES; RIBEIRO, 2015, 2016), o conceito adotado nessa dissertação para designar roteiro é:

Roteiro turístico é o itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística (BRASIL, 2007, p. 118).

Enquanto o roteiro não apresenta um ponto determinado para o início do trajeto que será percorrido pelo turista e nem um ponto exato para o término do percurso; a rota possui início e fim pré-determinado. Nesse contexto, o roteiro é flexível e o turista pode escolher quais empreendimentos visitar e em qual ordem. Enquanto que a rota traz uma sequência a ser seguida, estando geralmente associada a um contexto histórico (GONÇALVES; RIBEIRO, 2015, 2016).

Os dois roteiros aqui estudados estão localizados no Estado do Rio Grande do Sul (RS). Um deles é o roteiro das Salamarias, situado no município de Marau e, o outro é o roteiro Via Orgânica que fica no município de Garibaldi.

Ambos os roteiros - Salamarias e Via Orgânica - apresentam alguns empreendimentos localizados em área rural e outros na zona urbana, por isso, alguns se enquadram no conceito de turismo rural e outros não. Sendo assim, neste trabalho foram estudados os empreendimentos pertencentes aos dois roteiros turísticos, independente da localização.

---

<sup>1</sup> O termo empreendedorismo surgiu a partir da palavra *entrepreneur*, que significa empreendedor (DINIS, 2011, p. 25). Nesse sentido, conforme Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2001, p. 37), o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais; podendo criar novos negócios e/ou inovar dentro de negócios já existentes. O empreendedor é capaz de detectar uma oportunidade e criar um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados e a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2001). Segundo Dinis (2011, p. 27) o empreendedorismo pode ser equiparado a novos projetos empresariais desenvolvidos dentro de uma empresa já existente ou no âmbito de uma organização de natureza mais coletiva e, normalmente, é analisado segundo três diferentes níveis de análise: (1) o indivíduo, (2) a organização, e (3) o meio envolvente (contexto). Ela destaca que o empreendedorismo em meio rural apresenta especificidades decorrentes do contexto rural (a natureza das oportunidades empreendedoras, as características dos potenciais empreendedores e as organizações por eles criadas, bem como o desenho e a implementação das políticas de apoio ao empreendedorismo nesses territórios).

Ao longo do tempo foram formuladas diversas definições para o turismo rural<sup>2</sup>, mas a definição de turismo rural adotada nessa dissertação é:

O turismo rural é aquele localizado em áreas rurais, construído sob as características especiais do mundo rural de empresas de pequeno porte, em espaços abertos, em contato com a natureza e com o mundo natural, utilizando-se de produtos florestais, agrícolas e de tradição; sociedades e práticas "tradicionais". Ele deve ter escala rural, tanto em termos de prédios e instalações, como deve ser geralmente de pequena escala; e tradicional em seu caráter, crescendo vagarosamente e organicamente, e conectado com as famílias locais. Sendo assim, frequentemente, e em sua maioria, controlado localmente e desenvolvido para a melhoria da área em longo prazo. Precisa representar - de várias formas diferentes - o padrão complexo do ambiente rural, da economia, da história e da localização no mundo (LANE, 2014, p. 20).

Esse turismo deve ser sustentável<sup>3</sup> e, para isso, é imprescindível o planejamento do mesmo. As políticas direcionadas ao planejamento e desenvolvimento do turismo devem estar articuladas com outras políticas, que podem ser ligadas diretamente ao turismo, ou a ele relacionadas, como transporte, meio ambiente, saneamento básico, saúde, educação, segurança, fomento de atividades produtivas (BRASIL, 2009). Devido à importância econômica que o turismo representa (geração de emprego e renda, possibilidade de melhorar o desempenho econômico de áreas rurais deprimidas, um estímulo para manter os jovens no meio rural, diminuindo o problema da sucessão ligada ao agronegócio e, diversificação da atividade produtiva dentre outras), é vital que

---

<sup>2</sup> Conforme Lane (2014, p. 17-20), o turismo rural apresentou seus primeiros registros em vilas romanas espalhadas pela Europa, também sendo registrado nos séculos 18 e 19 (mansões rurais) e seguiu em expansão até se estabelecer no início do século 21. Nesse sentido, ao longo dos anos, diversos pesquisadores definiram turismo rural dentre os quais está Lane (2014, p. 20), Kastenholz (2011, p. 225-229), e Dinis (2011, p. 29-33) para quem é consensual que o turismo rural deverá ocorrer em espaço rural e deverá relacionar-se com as diversas vertentes que definem esse espaço e, dessa forma, exclui os *resorts* autônomos localizados no campo ou em áreas selvagens virgens. A autora entende por turismo rural todas as formas de turismo que têm lugar em áreas rurais e minimamente associadas com as características que definem esses espaços como rurais, nas suas várias vertentes: funcional, ecológica, social e cultural, excluindo os tipos de turismo de natureza mais massificada e urbana, ainda que ocorram em espaços não urbanos. Já o Ministério do Turismo define o turismo rural como sendo o conjunto das atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural das comunidades (BRASIL, 2010, p. 49).

<sup>3</sup> O turismo sustentável é aquele que leva em conta os impactos econômicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades de acolhimento (UNWTO; UNEP, 2005, p.10). É um turismo economicamente viável e que não destrói os recursos dos quais o turismo no futuro dependerá, principalmente o meio ambiente físico e o tecido social da comunidade local (SWARBROOKE, 2000, p. 19). Foi adotado o conceito de turismo sustentável como sendo a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro (BRIZOLLA; LIMA, 2008).

haja um bom planejamento e que as políticas públicas estejam direcionadas ao seu desenvolvimento sustentável<sup>4</sup>.

A constituição de roteiros turísticos é uma forma de promover a estruturação, organização, o ordenamento, a qualificação e a ampliação da oferta de produtos e serviços de maneira integrada, somando sinergias. Nessa direção, o Ministério do Turismo têm incentivado a regionalização do turismo e a criação de roteiros visando a fortalecer a identidade regional, incentivar o empreendedorismo, estimular a criação de novos negócios e a expansão dos já existentes, promover o desenvolvimento regional e, aumentar a competitividade dentre outros (BRASIL, 2017; BRIZOLLA; LIMA, 2008; BRASIL, 2007).

O roteiro das Salamarias e o da Via Orgânica são compostos por empreendimentos vinculados ao agronegócio, alguns são propriedades rurais produtivas (por exemplo, produtos de origem animal e hortifrutigranjeiro) que decidiram ofertar o turismo rural complementarmente as suas atividades usuais e; outros são empreendimentos localizados na zona urbana e que se dedicam, principalmente, a comercialização de produtos oriundos dos produtores rurais da região e/ou elaborados a partir de insumos fornecidos por estes.

Segundo Moesch (2000), o turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo. A cada avanço capitalista, há um avanço do turismo. A autora acrescenta que a partir de 1960, o turismo explodiu como atividade de lazer, envolvendo milhões de pessoas e transformando-se em fenômeno econômico, com lugar garantido no mundo financeiro internacional. A partir de 1995, o fluxo turístico passou a crescer a uma taxa anual média de 4,3%, enquanto a expansão máxima da riqueza mundial, no mesmo período, vinha sendo de 3%, aproximadamente.

Ao longo dos anos de 2011 a 2016 o ingresso de turistas no Brasil saltou de 5,4 milhões para 6,6 milhões, tendo como principal centro emissor a América do Sul (50%). A receita cambial brasileira com o turismo era de US\$ 6,1 bilhões em 2011, tendo um

---

<sup>4</sup> Segundo o relatório Brundtland o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender as suas próprias necessidades. Ele pressupõe duas ideias-chave, a primeira é a de "necessidade" e a outra é de "limitações". Apesar da variação na interpretação desse conceito, é preciso ter um consenso em torno do conceito básico e do amplo quadro estratégico para alcançá-lo. Alcançá-lo envolve uma transformação progressiva da economia e da sociedade. Enquanto a pobreza e a desigualdade forem endêmicas, o mundo estará penoso a crises ecológicas e outras; o que torna ainda maior o desafio para alcançar o desenvolvimento sustentável (WCED, 1987). O Brasil o define como sendo a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras (BRASIL, 2007, p.18).

pico durante o ano da Copa do Mundo no Brasil correspondente a US\$ 6,8 bilhões em 2014 e, registrando US\$ 6,0 bilhões em 2016 (IBGE, 2017).

O ano de 2017 registrou recorde para o turismo internacional. As chegadas de turistas internacionais no mundo cresceram pelo oitavo ano consecutivo, uma sequência de crescimento ininterrupto que não ocorria desde a década de 1960. Destinos em todo o mundo receberam 1.233 milhões de chegadas de turistas internacionais em 2017, cerca de 84 milhões a mais do que em 2016 (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2018a).

O segmento de turismo rural apresenta potencial de crescimento. Em torno de três por cento (3%) de todos os turistas do mundo orientam suas viagens para o turismo rural. Sendo que o crescimento anual do turismo rural mundial é de aproximadamente seis por cento (6%) (IICA, 2013). Essa atividade econômica pode ser capaz de atenuar a pobreza, distribuir renda, criar empregos, estimular parcerias.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) preconiza que o enoturismo seja ofertado como parte de uma abordagem holística de turismo rural e cultural. Ainda, segundo a OMT o enoturismo deve ser desenvolvido de forma engajada com as comunidades locais, permitindo que essas se beneficiem de toda a cadeia de valor do turismo e, dessa maneira, ele sirva como ferramenta para o desenvolvimento rural (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2018b).

O Brasil ocupava em 2011 a quarta posição mundial no ranking de desenvolvimento da atividade do turismo rural, sendo superado pela Espanha, Portugal e, Argentina respectivamente (IDESTUR, 2011).

Os serviços de hospedagem integram a cadeia dos serviços turísticos; sendo relevantes, pois alojam os turistas durante a sua estada em determinada localidade como se fosse uma extensão da própria residência destes (IBGE, 2017). O turista espera encontrar conforto semelhante ao da sua moradia habitual e segurança - pessoal e dos seus pertences - no meio de hospedagem selecionado.

Os serviços de hospedagem, no território brasileiro, registraram 376 mil postos de trabalho ocupados em 31 de dezembro de 2014; sendo os mais intensivos em mão de obra, com uma taxa de ocupação de 12,7 pessoas ocupadas/empresa, 5,7 a mais do que a registrada no conjunto dos serviços prestados a famílias (IBGE, 2017).

Os maiores polos emissores de turistas domésticos para o turismo rural são os estados de São Paulo e do Rio de Janeiro (IDESTUR, 2011).

Reconhece-se atualmente a importância das instituições formais (leis, normas, organizações, direito de propriedade) e das instituições informais (cultura, valores, costumes) para que o empreendedorismo no turismo seja um instrumento de desenvolvimento socioeconômico (DATHEIN, 2015, p. 117).

Nesse sentido, o papel das instituições é ampliado sempre que diante de contextos com elevado nível de incerteza e dependência entre as partes como ocorre no setor do turismo e da agricultura familiar. Pode-se através do conhecimento das instituições que regem o turismo compreender mais adequadamente de que forma elas estimulam ou restringem o empreendedorismo nesse segmento. E tendo em conta as particularidades que o turismo rural apresenta, a Nova Economia Institucional (NEI) oferece os aportes teóricos para tal reflexão, em especial, por meio das duas principais referências para o estudo sobre ambiente institucional e sobre estruturas de governança - North e Williamson. Eles conduziram trabalhos rigorosos e apresentam uma abordagem geral e completa sobre esse tema (AZEVEDO, 2000).

Nesse contexto, o incremento do empreendedorismo no turismo depende da atuação coordenada em três níveis distintos: (a) ativação do potencial e do perfil empreendedor dos atores (ação no plano das instituições normativas e cognitivas); (b) adensamento da estrutura empresarial local (ação no plano das instituições normativas e cognitivas); e (c) reforço do marco institucional no plano regulativo, evitando controles excessivos e normas rígidas que coíbam a criação e consolidação de novas empresas no território. A teoria neoinstitucional enfatiza a importância das instituições formais (leis) e das instituições informais (normas culturais, conhecimentos enraizados na população) para o desenvolvimento da economia. Na ausência ou insuficiência de instituições formais, são as normas culturais e os conhecimentos enraizados na população que orientam o processo decisório em matéria de empreendedorismo turístico (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b).

As instituições informais dão inclusive origem às leis e propiciam a sua transformação, pela forma como influenciam as decisões do Legislador e, por isso, a grande relevância das mesmas (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b; DATHEIN, 2015, p.113-156).

Considerando as dificuldades enfrentadas pelo agricultor familiar para se transformar em empreendedor rural, alguns pontos se mostram fundamentais para a implementação de políticas públicas: (a) a abordagem contingencial, embasada na premissa de que indivíduos e grupos sociais que apresentam características

diferenciadas devem ser tratados de forma diferenciada; (b) o foco estratégico e o posicionamento governamental devem favorecer o gerenciamento combinado das questões que envolvem o indivíduo, o ambiente e o processo de empreender; (c) em relação aos fatores ligados aos indivíduos é importante priorizar o direcionamento de recursos para fins mais empreendedores, selecionados segundo sua motivação e capacidade de lidar com incerteza e risco; (d) no que diz respeito aos fatores ligados ao ambiente, é preciso desenvolver um trabalho focado em qualidade, buscando indicadores que favoreçam as avaliações objetivas e subjetivas dos resultados da alocação de recursos; e (e) considerando os fatores ligados ao processo, é crucial fortalecer e multiplicar programas de formação e incubadoras de negócios e incentivar a educação gerencial, de forma a favorecer o desenvolvimento da capacidade empreendedora no meio rural e de espaços de socialização de agricultores rurais para auxiliar na criação e ampliação de capital social (TOMEI; LIMA, 2015).

Em síntese, esse tópico aponta a importância das instituições para o empreendedorismo no turismo e o desenvolvimento socioeconômico, conceitua turismo rural e suas peculiaridades, e aborda a relevância das políticas elaboradas. Também indica a necessidade de articulação das políticas intersetoriais como forma de apoio e incentivo ao empreendedorismo no turismo e acrescenta que essas políticas devem ser construídas conjuntamente com os atores envolvidos. A seguir apresenta-se o problema de pesquisa deste trabalho.

## PROBLEMA DE PESQUISA

O turismo pode ser uma alternativa de diversificação da atividade rural, podendo ser fonte de trabalho e renda. Contudo, são muitas as necessidades para que se alcance padrão que atenda de forma satisfatória esse segmento. Uma alternativa preconizada pelo Ministério do Turismo é a Regionalização do Turismo, pois municípios e Estados planejando, fomentando e trabalhando juntos permanecem fortalecidos e alcançam melhores resultados (BRASIL, 2007, 2017). Porém, nem sempre o sucesso é alcançado e o insucesso pode ocorrer por diferentes motivos, muitas vezes relacionado a questões comportamentais, relacionais que envolvem interesses particulares, disputa por poder dentre outros (KIEFFER; BURGOS, 2015; MACGEHEE; KNOLLENBERG; KOMOROWSKI, 2015; MARKANTONI, *et al*, 2013; YING; JIAJIANG; ZHOU, 2015; SÁNCHEZ-ZAMORA; GALLARDO-COBOS; CEÑA-DELGADO, 2014).



Quando o turismo não ocorre de forma estruturada e integrada, termina muitas vezes desanimando os receptivos e perdendo cliente. Dificilmente um turista estará disposto a se deslocar até um receptivo de um roteiro turístico se não dispor de bom acesso viário (incluindo sinalização que facilite localizar a propriedade rural), se não for ofertado serviços adequados de alojamento, alimentação e acolhida.

A Região Sul do Brasil vem buscando se estruturar principalmente após as iniciativas de fomento por parte do Ministério do Turismo que se deram por meio de cursos, capacitações e aportes financeiros (BRASIL, 2007, 2017). Nesse contexto, as instituições têm papel fundamental na decisão dos atores de determinado roteiro turístico sobre empreender, podendo ser um instrumento para fortalecer ou restringir iniciativas empreendedoras. Níveis mais elevados de desenvolvimento estão relacionados a territórios com altos níveis de atividade empreendedora inovadora em suas economias (HOWITT; MASON, 2018; RAO, 2018; QUARANTA; CITRO; SALVIA, 2016; FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b; CIZLER, 2013).

Diversas pesquisas ressaltam a importância do poder público no tocante ao turismo rural e os estudos apresentados nessa pesquisa também corroboram nesse sentido, destacando o papel das instituições no empreendedorismo (QIAN et al, 2017; GARROD; WORNELL; YOUELL, 2006). A Teoria Institucional permite identificar os fatores que condicionam o comportamento do empreendedor e também as razões institucionais e motivacionais para o empreendedorismo (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b). Nessa direção, Guerriero (2019), Mellon e Bramwell (2018) e, Siman; Conceição e Fillippi (2006) estudaram o desenvolvimento do turismo a partir da Teoria Institucional. Enquanto Guerriero (2019) avaliou a importância da "cultura de cooperação", Mellon e Bramwell (2018) examinaram a influência das instituições no desenvolvimento do turismo ao longo do tempo e os fatores históricos, econômico, político e cultural. Ainda, para eles é preciso uma compreensão crítica dos processos de turismo, da sua trajetória e das mudanças históricas, pois do contrário haveria o risco de se interpretar mal esses processos e, conseqüentemente, oferecer recomendações políticas inadequadas e, Siman; Conceição e Fillippi (2006) usaram a NEI para estudar o desenvolvimento rural e do turismo, eles ressaltam que para a compreensão do processo de desenvolvimento rural brasileiro é necessário um estudo aprofundado das instituições que formam o mundo rural e,

também, um estudo do papel das políticas públicas nesse processo. Portanto, a relevância dessa pesquisa se deve a importância do tema em pauta.

Considerando esse cenário, propõe-se a responder ao seguinte problema de pesquisa: **Quais são as percepções dos empreendedores de roteiros turísticos com relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo?**

## JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo no turismo, em tese, pode possibilitar a diversificação da atividade produtiva, gerar uma renda complementar, agregar valor aos produtos, aumentar a autoestima dos produtores rurais e possibilitar a manutenção das famílias no meio rural. Nesse contexto, a formação de cluster<sup>5</sup>, a regionalização do turismo através da criação de redes que venham a constituir roteiros turísticos tem o potencial para ampliar a capacidade competitiva; valorizar o produto turístico ofertado; aumentar o tempo de permanência do turista em determinada região através da oferta de mais atrativos e com isso gerar renda complementar no roteiro (por exemplo, gastos com alimentação, hospedagem, comercialização de artesanato e produtos locais, transporte e outros). Por isso, a importância de se estudar as percepções dos empreendedores quanto às restrições e os estímulos a essa atividade.

Uma boa compreensão da NEI pode ser importante na análise das razões de sucesso e deficiências em ações voltadas ao empreendedorismo em roteiros turísticos em diferentes regiões, uma vez que essa abordagem ajudaria a explicar por que e como o empreendedorismo é afetado por ambientes institucionais preexistentes. Para buscar modelos de empreendedorismo bem sucedidos, é preciso entender quais são as limitações inerentes a um dado sistema político, econômico e social; bem como elas podem ser superadas dentro desse contexto particular.

As empresas estrangeiras (por exemplo, operadoras e agências de turismo) ou grandes empresas locais, devido ao poder comercial, podem impor aos destinos turísticos periféricos uma forma de desenvolvimento que reforça a dependência e a vulnerabilidade dos países desenvolvidos, em especial, no caso de países cujas

---

<sup>5</sup> Para Maldonado (2009) *clusters* ou agrupamentos ou parcerias "é uma forma de integração horizontal, sendo parte de uma estratégia de cooperação entre empresas de um mesmo setor, que compartilham uma base territorial, uma forte consolidação ao seu conhecimento, competências técnicas e modos de produção (capital social)".

economias estão em desenvolvimento, se incluindo dentro do grupo de países menos avançados ou daqueles de crescimento médio, pois esses países terão menos poder de barganha do que a indústria turística internacional (BUHALIS, 1999).

Nessa linha, os turistas nos destinos serão canalizados dentro desse aparato comercial controlado por grandes empresas estrangeiras e nacionais que tendem a dominar o setor. Sendo assim, os maiores ganhos comerciais servirão aos interesses das elites locais e estrangeiras. Nesse caso, a maioria dos habitantes locais só pode participar do turismo através de empregos assalariados ou pequenas empresas varejistas e artesanais. Isso resulta em grandes níveis de dependência, enquanto o lócus de controle sobre os processos de desenvolvimento e operação do turismo se desloca das pessoas mais afetadas, a comunidade anfitriã, para as regiões geradoras de turismo rural (BUHALIS, 1999).

Nesse sentido, a crescente concentração dos intermediários do turismo e seu controle rígido do canal de distribuição estabelecem as exigências do turismo, determinando a acessibilidade dos destinos, bem como suas atividades promocionais. Dessa forma, reduzem a capacidade das regiões periféricas, remotas e áreas rurais de preservar sua soberania sobre suas indústrias turísticas. Essa situação é frequentemente referida na literatura como neocolonização (BUHALIS, 1999).

As regiões mais distantes dos grandes centros, por apresentarem características específicas, sofrem limitações que as impedem de beneficiar-se dos efeitos positivos das economias de escala, devido ao seu isolamento, traduzido, geralmente, em elevados custos logísticos e reduzida capacidade de competitividade externa. Nesse contexto, a especialização turística representa uma oportunidade de desenvolvimento (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

A especialização turística deve ser entendida como um *cluster* de atividades (por exemplo, oferta de vagas de alojamento, restauração, equipamentos autônomos de lazer e entretenimento) caracterizado por possuir taxas relativamente altas de crescimento econômico, como resultado de uma intensa atividade empreendedora turística nesse setor. Essa estratégia é compatível com ecoturismo, turismo cultural, turismo de montanha e turismo rural, por exemplo (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a). Contudo, conforme explicitado por alguns autores, o planejamento elaborado para promover a atividade turística nem sempre tem fornecido os resultados esperados, quer para o desenvolvimento do setor, quer para a atividade econômica em si

nos locais anfitriões (BUHALIS, 1999; FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

Conforme Soteriades; Tyrogala e Varvaressos (2009) as atividades de clusters/redes são implementadas em duas áreas principais. Uma é a de gerenciamento, onde a rede contribui para fortalecer os vínculos econômicos; melhorar a colaboração; desenvolver conhecimento local e conhecimento do turismo; gestão do conhecimento; compartilhamento de informações e conhecimentos especializados; inovação; e para monitorar os resultados alcançados e adaptar as técnicas de gerenciamento sempre que necessário. A outra é o marketing que fornece técnicas para transmitir informações, adaptar produtos e moldar e monitorar o comportamento do cliente. O marketing de relacionamento seria positivamente influenciado pela sinergia criada através da coordenação dentro de uma equipe de gerenciamento. O cluster, em tese, pode desenvolver produtos rurais temáticos para atrair visitantes para a região; interligando, por exemplo, vinícolas e domínios de vinhas para atrações turísticas, bem como para negócios relacionados ao turismo criando um valor agregado para os profissionais e tornando a região mais atraente para os potenciais visitantes e, também, interligar, por um lado, profissionais de hospedagem, restauração e produtores locais, e, por outro, vinícolas e vinhas como atrações turísticas. Além disso, através de hospedagem e eventos promocionais de entretenimento, o cluster desempenha um papel de liderança no apoio aos produtos locais, elementos-chave de determinada região. As atividades do cluster podem incluir marcação e sinalização de trilhas para os turistas seguir, acompanhadas de informações sobre locais de interesse, como museus folclóricos e locais arqueológicos e históricos. Outras atividades podem ser desenvolvidas, como a publicação de livros sobre gastronomia local, organização de eventos gastronômicos e culturais, festivais e outros eventos que visem gerar visitas turísticas.

O turismo rural e a formação de *cluster* têm sido apontados por diversos estudos como uma alternativa para atenuar a pobreza e manter o homem no campo, evitando o êxodo rural (DOH; PARK; KIM, 2017; SIDALI; KASTENHOLZ; BIANCHI, 2015; GHADERI; HENDERSON, 2012; LIU, 2006). Para isso, é necessário diversificar a atividade principal e agregar valor aos produtos e serviços ofertados. Essas ações decorrem do empreendedorismo, o qual pode estar relacionado à presença de instituições. Essas instituições - por exemplo, valores; cultura; normas; leis; crenças - podem levar ao surgimento de iniciativas tanto privadas quanto públicas, bem como de estruturas mais mescladas, como organizações não governamentais e entidades

cooperativas. Portanto, é fundamental compreender como ocorrem essas relações e de que forma as instituições podem estimular ou restringir o empreendedorismo em roteiros turísticos, pois turismo vinculado ao agronegócio e a agricultura familiar tem sido apontado por diversos estudos como uma alternativa para ampliar a renda do produtor rural (QIAN et al, 2017; GARROD; WORNELL; YOUELL, 2006). Nesse sentido, o Estado e a sociedade têm papéis amplos no fortalecimento e na proteção das capacidades humanas, pois o empreendedorismo está associado a uma alta capacidade humana. Dessa forma, a privação dessas capacidades pode levar à pobreza (SEN, 2010, p. 76, 120; ZULIAN, MARIN, FEISTEL, 2014; FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014a).

Diante disso, é preciso planejar esses territórios de forma específica e elaborar planos voltados a desenvolver capacidades humanas e institucionais necessárias para alavancar o desenvolvimento do turismo. O sucesso da especialização turística de um território depende da construção de um cluster turístico. Portanto, é crucial identificar os fatores institucionais que influem diretamente na decisão de criação de empresas turísticas nas pequenas economias (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

Os efeitos do turismo rural geralmente estão associados aos aspectos econômicos, principalmente à melhoria do nível de renda das famílias envolvidas e aos empregos originados a partir da atividade. Nesse sentido, e igualmente importantes estão os seus efeitos indiretos, como os que se processam na percepção dos próprios habitantes em relação ao local onde vivem - elevação da autoestima das pessoas do meio rural e sentimento de orgulho e carinho pelo seu território (ELESBÃO; TEIXEIRA, 2011, p. 267-286).

Portanto, provavelmente as maiores contribuições do turismo para o desenvolvimento se dão em municípios onde predominam pequenas propriedades de agricultura familiar. Sendo assim, seria importante que essa atividade fizesse parte de um projeto para o meio rural, buscando a diversidade multissetorial, valorizando a dinâmica gerada por famílias que vão se tornando pluriativas; caso contrário, há o risco da manutenção ou ampliação da ineficiência distributiva (ELESBÃO; TEIXEIRA, 2011, p. 267-286).

Nessa direção, os empreendedores rurais estão abertos para novos conhecimentos e técnicas vivenciadas e trocas com outros produtores rurais, favorecendo uma rede importante de cooperação e envolvimento associativo, o que

pode contribuir para expandir seu capital social, além de fortalecer seus laços de confiança no meio rural e incluir estes no mercado (TOMEI; LIMA, 2015).

Contudo, frequentemente os empreendedores rurais se deparam com situações que põe seu negócio em risco. Essas situações decorrem da limitação organizacional e estrutural inerentes ao ambiente do empreendedor rural e que dificultam a tarefa da tomada de decisão com base em dados consistentes e reais. Dessa forma, produtores que conseguem utilizar plenamente e com competência as funções administrativas e gerenciais obtêm melhores resultados na gestão de seus negócios (SILVA, 2017).

As dificuldades financeiras mundiais diante da crise bancária de 2008/2009 provocaram a diminuição dos aportes econômicos provenientes do setor público de muitas economias de países desenvolvidos. E, apesar do turismo rural procurar se tornar mais autônomo e comercialmente bem sucedido, em muitas regiões ele ainda permanece dependente do desenvolvimento, da infraestrutura e da administração do setor público (LANE, 2014, p. 29).

Diante disso, o desenvolvimento rural deve passar pela compreensão da diversidade existente no meio rural, onde a identificação e a consideração das características específicas de cada local são fundamentais para a formatação de estratégias de desenvolvimento. Dessa forma, em alguns contextos a opção será por investir em atividades agrícolas, mas em outros, as atividades não agrícolas poderão compor as estratégias de desenvolvimento. Nesse sentido, o efeito multiplicador desencadeado pelo turismo tanto pela circulação do dinheiro gasto pelos turistas quanto pelo incentivo ao surgimento de novos empreendedores é outra importante contribuição da atividade para a dinamização da economia local. Além desses, outros efeitos decorrem dessa atividade: o estabelecimento de relações econômicas entre empreendedores e outras famílias da comunidade, a contribuição em termos de ocupações (principalmente no núcleo familiar), a participação de mulheres na atividade, o incentivo na organização das famílias e a mudança na relação dos habitantes rurais com as amenidades existentes. Para tanto, é importante descobrir e mobilizar as potencialidades locais e investir em atividades que possuam capacidade de gerar sinergias, dinamizar e alavancar as economias locais. Portanto, o turismo rural tem se revelado uma atividade para contribuir no crescimento econômico local, pois entre as suas vantagens está à capacidade de mobilizar recursos produtivos ociosos e despertar iniciativas empreendedoras (ELESBÃO, 2014, p. 251 e 263).

Segundo Doh; Park; Kim (2017), Garrod; Wornell; Youell (2006), Ghaderi; Henderson (2012), Liu (2006), Qian et al (2017), e Sidali; Kastenholtz; Bianchi (2015) as políticas públicas são cruciais para que o turismo sustentável seja alcançado e para que por meio dele o desenvolvimento sustentável também seja atingido. Contudo, as políticas atuais parecem ineficazes e as reformas são necessárias para aproveitar o potencial para o turismo sustentável, devendo promover o engajamento da comunidade (GHADERI; HENDERSON, 2012). Nesse sentido, é importante fomentar a articulação e o envolvimento de todos os atores participantes dessa temática, seja na formulação das políticas públicas, seja na implementação, controle e fiscalização das mesmas.

Dito isso, a relevância do estudo advém da importância que o turismo pode alcançar como alternativa para a diversificação de renda voltada à agricultura familiar, podendo tornar-se um elemento capaz de impulsionar o desenvolvimento socioeconômico dos municípios. Os municípios onde se situam os roteiros objetos deste estudo são reconhecidos por eventos relacionados à atividade rural e aos próprios roteiros turísticos. Por exemplo, o roteiro das Salamarias que está localizado no município de Marau promove o Festival Nacional do Salame - produto que motivou o nome do roteiro (BAVARESCO, 2017; FAORO, 2017; MARODIN, 2011); outro exemplo é o roteiro Via Orgânica que está localizado no município de Garibaldi e atrai turistas de diversas regiões em função da sua enogastronomia, com destaque ao evento Fenachamp que busca promover a produção local de vinhos, espumantes e outros produtos da região. Garibaldi tem investido na valorização da produção orgânica e tem buscado estimular o seu consumo (SCHERER et al, 2017; GAVIOLI; BASTOS, 2017).

Nesse sentido, ir a campo para buscar respostas que permitam entender a realidade dos empreendedores de turismo em dois roteiros turísticos, à luz dos pressupostos da Nova Economia Institucional (NEI), possibilitando aos empreendedores de turismo compreender melhor a sua realidade e de que forma o empreendedorismo em determinado roteiro turístico é restringido ou estimulado é importante. Para tanto, entende-se que a NEI é um aporte teórico para que o objetivo desse estudo seja alcançado, pois as instituições desempenham importante papel na concretização das Políticas Públicas (PP) e no empreendedorismo no turismo.

Diante do que foi exposto, saber como as instituições estimularam ou restringiram o empreendedorismo em roteiros turísticos se justifica. Esse trabalho vai ao

encontro da linha de pesquisa<sup>6</sup> voltada ao estudo de mercados, contratos, instituições e políticas no agronegócio. A atenção dessa linha de pesquisa está voltada às relações de oferta e demanda, aos canais de comercialização e questões sobre as estruturas e falhas de mercados no agronegócio. Também tem foco nas abordagens relacionadas aos contratos e seus efeitos para as organizações, relacionando a eficiência, restrições formais e informais e o desempenho dos mercados no agronegócio. Acrescentam-se as análises de comportamento e decisões dos atores e suas redes no agronegócio e; a avaliação de políticas públicas no agronegócio. Nesse sentido, essa linha está voltada ao entendimento da dinâmica de organizações e gestão das empresas dos agronegócios.

Na sequência desta introdução estão apresentados os objetivos geral e específicos da pesquisa.

## OBJETIVOS

Os objetivos servem para orientar na solução do problema apresentado.

Assim estão apresentados na sequência desta dissertação o objetivo geral e os objetivos específicos desta investigação.

### **Objetivo Geral**

Saber as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo.

---

<sup>6</sup> Disponível em <<https://www.ufrgs.br/agronomia/joomla/index.php/ppgagro-linhas-projetos>>. Acesso em 22 jan 2019.



## **Objetivos Específicos**

- a) Caracterizar o perfil dos empreendedores e dos empreendimentos dos roteiros das Salamarias e Via Orgânica;
- b) Verificar as percepções dos empreendedores quanto às instituições a partir da dimensão regulativa nos roteiros das Salamarias e Via Orgânica;
- c) Verificar as percepções dos empreendedores quanto às instituições a partir da dimensão normativa nos roteiros das Salamarias e Via Orgânica; e
- d) Verificar as percepções dos empreendedores quanto às instituições a partir da dimensão cognitiva nos roteiros das Salamarias e Via Orgânica.

A seguir está apresentado o referencial teórico que foi organizado em três seções. A primeira seção apresenta a Nova Economia Institucional (NEI), expõe a evolução da teoria, seus precursores, a importância da mesma e a coordenação econômica a partir da teoria. A segunda aborda o empreendedorismo na perspectiva da NEI e a terceira busca explicar o papel da Matriz Institucional como condicionante do empreendedorismo turístico. Em continuidade estão apresentados os procedimentos metodológicos da pesquisa, os resultados e sua análise. Finalmente, são apresentadas as conclusões obtidas na pesquisa.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo aborda o empreendedorismo segundo a Nova Economia Institucional (NEI), contextualizando a NEI (origem, principais precursores, sua importância e aplicação) e, por fim, apresenta-se a sua inserção na discussão sobre o empreendedorismo turístico.

### 1.1 A NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL

A NEI estuda as instituições e como as instituições interagem com arranjos organizacionais, e como essa matriz institucional-organizacional afeta a economia e a sociedade (MÉNARD; SHIRLEY, 2005; MIGUEZ, 2011). Os desenvolvimentos teóricos da Nova Economia Institucional (NEI) se desdobram em duas vertentes. A primeira teve origem nos trabalhos de Douglass North, voltada ao estudo das macroinstituições e a forma como elas influenciam a trajetória de crescimento e de desenvolvimento do sistema econômico; estando relacionada às regras políticas, sociais e legais (regras do jogo). A segunda deriva do trabalho de Coase (1937) e ampliado a partir das contribuições de Williamson (1975 e 1985), é a visão microanalítica e estuda a interação dos agentes, com foco principalmente na formação de instituições que assegurem a cooperação entre os mesmos e, dessa forma, diminuam os custos de transação (SESSA; GRASSI, 2010).

A Nova Economia Institucional (NEI) surgiu entre os séculos XIX e XX, por volta da década de 1930, com o propósito de superar as influências da Teoria Neoclássica. Os principais autores que deram suporte a essa análise foram Ronald Coase, Douglass North e Oliver Williamson. Apesar de não ter reivindicado para si, Coase é considerado o pai dessa escola, devido ao seu trabalho intitulado "*The Nature of the Firm*" (COASE, 1937) que, mais tarde, foi complementado pelo seu artigo "*The Problem of Social Cost* (1960)". O autor buscava entender o escopo, abrangência e limites de uma firma, bem como, reconheceu que os mercados não funcionavam a custo zero e nem a organização interna da firma era desprovida de custo. E complementou que o mecanismo de mercado é exceção e o mecanismo contratual a regra, como mecanismo para alocação dos recursos na sociedade. Percebendo, assim, que a essência do que se estudava - a coordenação do sistema econômico - podia se realizar internamente à firma. Então, a firma seria também um espaço para a coordenação das

ações dos agentes econômicos alternativos ao já estudado no mercado e não somente um espaço de transformação do produto (CONCEIÇÃO, 2001; FARINA; AZEVEDO; SAES, 1997; ZYLBERSZTAJN, 2005).

Coase centra a sua análise em duas formas abstratas de coordenação: mercado e firma. Apesar de essas duas formas concorrerem na medida em que ambas possuem a função de coordenar a atividade econômica, elas coexistem, pois elas serão protagonistas conforme a magnitude dos custos de utilizar um ou outro mecanismo de coordenação. Portanto, esses custos seriam de duas naturezas: a) custos de coleta de informação e b) custos de negociação e estabelecimento de um contrato. A partir da visão da firma como um "nexo de contratos" surgiu a possibilidade do estudo das organizações como "arranjos institucionais" que regem as transações, ocorrendo por meio de contratos formais ou acordos informais (CONCEIÇÃO, 2001; FARINA; AZEVEDO; SAES, 1997; ZYLBERSZTAJN, 2005).

A transação é a unidade de análise tanto na abordagem da Economia dos Custos de Transação (ECT) quanto na abordagem da Economia dos Custos de Mensuração (ECM), ambas tendo como objetivo básico reduzir os custos de transação, por meio de uma coordenação focada na eficiência (AUGUSTO; SOUZA; CARIO, 2014).

Complementarmente, Coase (1937) e Williamson (1985) deram novas dimensões ao entendimento sobre a firma, ao examinarem-na enquanto alternativa institucional capaz de viabilizar a elaboração e a distribuição de bens e serviços de forma eficiente. Conforme Coase, a firma pode expandir-se até o ponto em que o custo de se reorganizar internamente uma transação adicional torna-se igual ao custo de se conduzir a mesma transação através do mercado. É preciso ter em conta que as firmas possuem capacidades adaptativas e associativas. Ainda segundo Coase, o funcionamento eficiente dos mercados requer um sistema legal capaz de estabelecer a validade, o respeito à precisão dos contratos, tornando assim segura a transação. Os contratos pressupõem duas características comportamentais básicas: racionalidade limitada e oportunismo. Isso se deve, de um lado, ao fato dos agentes econômicos racionais apresentarem limites em processar informações e problemas complexos e; de outro, pelo fato da natureza humana ser violenta, tenaz e invejosa, fazendo com que o homem seja guiado pelo autointeresse (SIFFERT FILHO, 1995).

As contribuições de Coase a esse novo modo de pensar a economia foram reconhecidas alguns anos depois. Em 1991 ele foi agraciado com o Prêmio Nobel de Economia por sua contribuição ao estudo da natureza da firma e direitos de propriedade.

Dois anos depois, North recebeu o mesmo prêmio por seu trabalho, ligando instituições e desenvolvimento econômico (AZEVEDO, 2000; NORTH, 2003 e 2009). A função das instituições no pensamento de North era a de reduzir as incertezas, dar uma boa continuidade aos negócios e resolver os problemas de maneira eficaz (ZULIAN; MARIN; FEISTEL, 2014; SIMÕES, 2014, p. 40).

A principal preocupação da NEI é com os aspectos microeconômicos, com ênfase na teoria da firma em uma abordagem que permeia a história econômica, economia dos direitos de propriedade, sistemas comparativos, economia do trabalho e organização industrial (AZEVEDO, 2000; CONCEIÇÃO, 2001). Em contraponto à fraca atenção dada pela economia neoclássica ao estudo do comportamento humano, a NEI considera os elementos históricos, socioculturais e políticos como fatores capazes de afetar o intercâmbio econômico numa lógica transacional e perspectiva dinâmica e intencional (PESSALI; DALTO, 2010; ZULIAN; MARIN; FEISTEL, 2014; FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b, p. 12-13; SIMÕES, 2014).

Nessa mesma direção, para a NEI os fatores históricos norteiam os processos de mudança institucional; os socioculturais alteram a forma como os indivíduos realizam as suas opções; e os políticos são importantes para o marco institucional ao estabelecerem leis que regulam o intercâmbio e afetam diretamente os custos de transação (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b, p. 13; SIMÕES, 2014, p.36, 41, 44).

Enquanto que a abordagem neoclássica centrava a sua unidade de análise na produção e nos custos de produção, a NEI traz para o centro de análise as instituições e apresenta como unidades de análise as transações e os custos dela originados (AUGUSTO; SOUZA; CARIO, 2014).

As instituições surgem para reduzir os custos de transação, atenuar o problema da incerteza, auxiliam a restringir os agentes no curso das transações econômicas; são as "regras do jogo", podem ser formais e informais, e apresentam um potencial papel construtivo (AZEVEDO, 2000, p.34; NORTH, 2003, p. 7 e 2009, p. 2; PESSALI; DALTO, 2010, p. 31; SIMÕES, 2014, p. 38, 41; ZULIAN; MARIN; FEISTEL, 2014, p. 64).

A Nova Economia Institucional (NEI) admite a noção de intercâmbio e aceita a proposta de Coase sobre a existência de custos de transação. Nesse sentido, o comércio ocorre através do intercâmbio e da interação entre distintos atores que desenvolvem

negociações e assumem compromissos num marco institucional concreto, com o objetivo de diminuir os custos de transação e promover possíveis benefícios, fruto de tais intercâmbios (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b, p. 12). Vários elementos de uma transação são tácitos e, portanto, difíceis de observar e de mensurar. Dessa forma, os custos associados a eles não são explícitos. Por ainda existirem lacunas, foram necessárias contribuições de outros autores para que a NEI pudesse se firmar como um modelo (FARINA; AZEVEDO; SAES, 1997).

A NEI é uma extensão da Moderna Organização Industrial, contudo, na NEI o ambiente institucional e as variáveis transacionais - que caracterizam a organização das firmas e dos mercados - aparecem de forma mais detalhada e abrangente. Ela também incorpora os efeitos retroalimentadores e as interações entre o ambiente institucional e as estruturas, o comportamento e o desempenho das organizações (FARINA, 1999).

As teorias da firma com base nos contratos avançaram a partir de múltiplas raízes. É possível destacar algumas dessas contribuições, por exemplo, a Economia dos Custos de Transação (Williamson, 1985, 1996), Teoria dos Custos de Mensuração (Barzel, 2002), ambas ancoradas em Coase, Teoria dos Contratos Incompletos (Hart, 1995), Teoria com Base nos Recursos (Langlois, 1998), a Teoria das Redes (Thorelli, 1986), a Teoria de Agência (Pratt e Zeckhauser, 1985), entre outras (apud ZYLBERSZTAJN, 2005). O ponto central é que as instituições são relevantes, são passíveis de análise, afetam e são afetadas pelas firmas e organizações. No âmbito da NEI foi North quem liderou o estudo sobre a gênese e a evolução das instituições e sobre a origem e evolução das organizações, com destaque para as firmas (ZYLBERSZTAJN, 2005).

As estruturas de governança consistem nas diversas formas que os agentes se utilizam para organizar suas transações e são classificadas em três tipos: integração vertical, formas híbridas (contratos) e mercado livre (AUGUSTO; SOUZA; CARIO, 2014; WILLIAMSON, 1985). Os contratos podem ser vistos como uma forma híbrida, pois há intervenção do preço para coordenar a transação e também existem elementos administrativos, expressos nas cláusulas contratuais. Sendo que o preço é fruto de negociações (SIFFERT FILHO, 1995).

Para Yoram Barzel (apud ZYLBERSZTAJN, 2005) as transações, por mais simples que sejam, podem ser decompostas em diferentes dimensões. Cada uma dessas dimensões representa uma troca de direitos de propriedade e pode ser caracterizada por um custo de mensuração, e traz determinado valor para os partícipes da transação,

contudo, para que isso se concretize, é imprescindível que os direitos de propriedade sejam devidamente definidos. Assim, Barzel sugere que as dimensões com custos de mensuração baixos, podem ser "contratadas" fora da firma, podendo ser transacionadas no mercado, pois são amparadas pela lei. Contudo, se por um lado, conforme a Teoria dos Custos de Mensuração (TCM), em arranjos institucionais complexos é difícil medir determinado atributo transacionado e isso fragiliza o controle da perda de eficiência da transação. Por outro lado, a firma é vista como um conjunto de garantias ofertadas por um agente especializado, capaz de ofertar salvaguardas, gerando direitos sobre o resíduo (ZYLBERSZTAJN, 2005).

Instituições e governança são questões inter-relacionadas. A governança econômica é a estrutura e o funcionamento das instituições legais e sociais que sustentam a atividade econômica e as transações econômicas por meio da proteção dos direitos de propriedade, o cumprimento de contratos e a realização de ações coletivas para prover infraestrutura organizacional e física. Nesse contexto, de um lado, Williamson (1996) contribuiu com a sua análise da governança econômica, especialmente sobre os limites da empresa, que configurou uma linha de investigação que deu continuidade a perspectiva microanalítica de Coase (1937) sobre a natureza da empresa. Complementarmente, Williamson (1985) expõe que quando se está diante de racionalidade limitada, oportunismo e especificidade dos ativos, o mecanismo via preços não é apropriado, e as transações se realizam em estruturas de governança (ZYLBERSTAJN, 1995).

Os arranjos organizacionais incluem diferentes formas de governança que os agentes põem em curso para poder realizar transações e potencializar a atividade produtiva baseada na troca. Essas formas organizativas incluem mercados, empresas e relações contratuais, assim como os comportamentos subjacentes a esses acordos. Em busca da compreensão das instituições e de sua interação com arranjos específicos, os novos institucionalistas tornaram-se cada vez mais preocupados com modelos mentais e outros aspectos da cognição que determinam como os humanos interpretam a realidade, que por sua vez moldam o ambiente institucional que constroem (MÉNARD; SHIRLEY, 2005; MIGUEZ, 2011).

Contudo, essa concepção oriunda de North (2003) sofre críticas, uma vez que ele não explica como esses "modelos mentais" individuais surgiram e nem como os indivíduos isolados poderiam ter semelhanças de pensamentos entre si. Nesse sentido, ao desconsiderar as instituições preexistentes, North (2003) defendeu a ideia de que são

os indivíduos que irão influenciar as instituições, deixando de lado a influência gerada pelas instituições preexistentes no comportamento humano e na própria construção de "modelos mentais" (GALA, 2003; ZULIAN, MARIN, FEISTEL, 2014).

Outras contribuições foram dadas por North. Por exemplo, ele apontou o traço genético como um fator responsável pelo comportamento cooperativo inato em grupos pequenos. E acrescentou que as atividades humanas geram estruturas que definem as "regras do jogo" e que essas são feitas por instituições. São essas estruturas que ordenam o ambiente político-econômico, sendo um determinante básico do desempenho de uma economia e criam os incentivos que moldam as escolhas coletivas (NORTH, 2009).

Estando a NEI alicerçada num estudo contratual, tanto político quanto econômico, ela cria uma ponte entre a teoria e a observação. North chama a atenção para a importância de se estudar os fenômenos do mundo real e para o rico laboratório vivo do mundo das organizações. No mundo real, os contratos específicos incluídos em casos legais, regras de decisão política e de direito de propriedade são os componentes básicos formados por um conjunto de observações que podem submeter-se a análises (NORTH, 1991; ZYLBERSZTAJN, 2005). A partir dessa contextualização, a próxima subseção aborda a importância da NEI para a compreensão das interações entre as instituições e o desenvolvimento socioeconômico.

### **1.1.1 A importância da teoria para a compreensão das interações entre instituições e desenvolvimento socioeconômico**

A Nova Economia Institucional gerou os fundamentos teóricos e empíricos necessários para redimensionar o papel fundamental das instituições na análise econômica (MIGUEZ, 2011). Nesse sentido, as instituições auxiliam na redução tanto dos riscos quanto dos custos de transação e facilitam as transações privadas e o comportamento cooperativo (MÉNARD; SHIRLEY, 2005).

Dessa forma, na medida em que os problemas evoluem, o desenvolvimento das instituições políticas, econômicas e sociais permite que se resolvam esses problemas. Isso decorre da eficiência adaptativa que ocorre quando há instituições flexíveis que fornecem um máximo de opções em um determinado momento. Nesse sentido, leis e regras são capazes de eliminar estruturas ineficientes, e uma sociedade que cria tal

estrutura institucional terá mais chance de ser bem sucedida em relação à sobrevivência e desempenho contínuo (NORTH, 2003).

Complementarmente, é preciso ter uma noção das margens, onde as mudanças serão eficazes e quais serão as implicações dessas mudanças para as normas informais complementares e características de cumprimento. As instituições oferecem soluções eficientes para problemas complexos enfrentados pelos empreendedores sob várias condições competitivas, dentre as quais, está a troca de mercado, a *franchising* ou a integração vertical. O direito de propriedade foi outra importante contribuição dada por essa teoria. Tal evolução institucional conduz ao desenvolvimento do Estado para assumir a proteção e a imposição dos direitos de propriedade. Essa evolução implica um bloqueio do comportamento arbitrário do Estado sobre a atividade econômica. A matriz institucional consiste numa teia interdependente de instituições e consequentes organizações políticas e econômicas que se caracterizam por retornos crescentes em massa (NORTH, 1991).

São as instituições que geram a produtividade e, por conseguinte, o crescimento econômico, produzindo riqueza. Para isso, é absolutamente necessário contar com direitos de propriedade bem definidos para gerar incentivos que levem as pessoas a serem produtivas. Complementarmente, para que se melhore o desempenho das sociedades, é fundamental entender a intencionalidade dos jogadores (NORTH, [20--?]).

Os novos institucionalistas ressaltam a importância dos modelos mentais e de outros aspectos da cognição que determinam como os humanos interpretam a realidade, o que, por sua vez, molda o ambiente institucional que eles constroem (MÉNARD; SHIRLEY, 2005). Portanto, sendo as instituições sistemas de incentivo, elas fornecem um guia para o comportamento humano. Isso se dá através de castigos e recompensas por fazer algo. Entretanto, se for necessário mudar as regras do jogo para promover o desenvolvimento, essa mudança estará limitada pelas instituições herdadas (leis, regras, normas e crenças) que formam os pontos de vistas dos jogadores e, diversos desses pensam que a sua sobrevivência depende de manter essas regras (NORTH, 2003; NORTH, [20--?]; MÉNARD; SHIRLEY, 2005; SIMÕES, 2014).

Dessa maneira, a dependência do passado (*path dependence*) ocorre em função das crenças e das instituições herdadas. Em geral, são conservadoras, tratando de prover proteção para estruturas já existentes. Nesse contexto, é preciso aprender como funciona o sistema institucional de maneira a compreendê-lo - avaliando a margem para intervir e buscando saber onde melhorar o desempenho institucional - e assim poder fazer



algumas modificações no desenvolvimento do jogo. Outro ponto importante é o sistema de crenças das pessoas. É ele que determina qual é a estrutura de incentivos com a qual esses indivíduos trabalham (NORTH, 2003; NORTH, [20--?]; MÉNARD; SHIRLEY, 2005; SIMÕES, 2014).

O mundo globalizado conta com mercados de capital e comércio de longa distância. Nele as trocas ocorrem através do mundo e entre pessoas que nunca voltarão a se ver, por isso, é importante desenvolver instituições que lhes permitam fazer tudo isso de tal maneira que seja benéfico para todos os envolvidos. Portanto, a troca impessoal requer que as regras do jogo sejam alteradas para alcançar uma cooperação entre pessoas que não se conhecem. Também requer um sistema político que estabeleça as regras necessárias e que conte com mecanismos de aplicação das mesmas (sistema judicial e legal que possam garantir o cumprimento de contratos através do tempo e do espaço). Uma vantagem da teoria de análise institucional em relação às anteriores se deve a ela fornecer um corpo de teoria capaz de confrontar os problemas citados anteriormente (NORTH, [20--?]).

Para isso é necessário compreender como funcionam as economias de interesse. Para fazê-lo é crucial compreender e medir os custos das transações - custos de medição e cumprimento de contratos nos mercados de capital, em mercados de produtos ou em sistemas políticos. Somente após medi-los é possível compreender quais são os impedimentos institucionais para obter baixos custos nas transações. A partir dessa análise é possível começar a entender as consequências de se ter instituições imperfeitas, imprecisas e ineficientes. Surge, então, que impedimentos legais baixam o valor dos bens. Portanto, é crucial conhecer a estrutura econômica existente, os custos de transação, a herança cultural, a história e a trajetória para poder assim saber como se obtém o crescimento da produção (NORTH, [20--?]).

Em suma, essa seção apresentou o surgimento e o papel socioeconômico das instituições. Também abordou de que maneira essa teoria foi sendo aprimorada a partir das contribuições de Coase, North, Williamson dentre outros. Esse tópico introduziu a discussão sobre os custos relacionados às transações e aos contratos; correlacionando as instituições ao desenvolvimento econômico a partir da visão da NEI. E, por último, trouxe para o debate a importância dessa teoria como um mecanismo potencialmente capaz de resolver problemas, gerar crescimento econômico e produzir riqueza. Nesse sentido, à medida que os desafios se ampliam é crucial que as instituições políticas, econômicas e sociais se desenvolvam para dar conta dessas questões. A

contextualização desenvolvida ao longo dessa seção dá suporte ao debate sobre as aplicações dessa teoria para os estudos voltados às áreas rurais.

### **1.1.2 A coordenação econômica a partir da teoria**

As instituições possuem três funções fundamentais para a promoção do desenvolvimento econômico: 1) coordenação e administração; 2) aprendizado e inovação; e 3) redistribuição de renda e coesão social. A função de uma instituição é mais importante do que a sua forma; é por isso que "transplantar" instituições não implica que estas produzirão no país de destino os mesmos efeitos que produziram no de origem. Desse modo, as inovações institucionais são fundamentais para o desenvolvimento econômico (PEREIRA; DATHEIN, 2012).

A Nova Economia Institucional (NEI) combina economia, história econômica, ciência política e estudos em diversas áreas do conhecimento, para que a partir da análise das instituições se pense sobre essas disciplinas. Essa abordagem analítica une pesquisas teóricas e empíricas que examinam o papel das instituições na promoção ou prevenção do crescimento econômico.

Uma aplicação da teoria surge como alternativa para limitar os problemas de agência em organizações hierárquicas e ocorre por meio da criação de estruturas de governança complexas. Nesse sentido, a inovação é apontada como uma ferramenta capaz de diminuir os custos de transação através do aumento da mobilidade do capital, da redução do custo da informação e da disseminação do risco. A provisão de um hedge contra variabilidade permite reduzir os custos de transacionar (NORTH, 1991). As instituições reduzem custos de transação; atenuam o problema da incerteza, representam uma restrição a mais para os agentes no curso das transações econômicas.

Para reduzir riscos e custos de transação foram criadas instituições, redigidas e impostas constituições, leis, contratos e regulamentos - às instituições formais - e foram estruturadas e impostas normas de conduta, crenças e hábitos de pensamento e comportamento - às instituições informais (MÉNARD; SHIRLEY, 2005).

Nesse sentido, as instituições são necessárias para o aumento da produção e do desenvolvimento econômico. Para isso, é preciso contar com um sistema político que desenvolva um sistema legal e judicial que garanta o respeito aos acordos estabelecidos e aos contratos a baixo custo. Porém, além de ser produtivo, é fundamental poder contar com um marco institucional que permita que os indivíduos se beneficiem dessa

produtividade. Isso pressupõe a atuação de um terceiro ator que conquiste a aplicação de contratos e acordos (NORTH, [20--?]).

A teoria econômica neoclássica foi pensada para explicar como operam os mercados bem desenvolvidos e como melhorar o desempenho desses mercados, porém, ela não é capaz de indicar como criar mercados eficientes, não somente mercados econômicos, e sim mercados políticos, porque são justamente esses mercados políticos que determinam as regras econômicas do jogo e sua aplicação. Outra solução apresentada pela NEI à falha presente na economia neoclássica se deve ao fato da NEI assumir que o mundo é dinâmico e com mudanças contínuas, no qual há que se ter a compreensão do tempo, de como o ser humano aprende, e também da história. É justamente o passado histórico que limita o presente e o futuro. Em um mundo com mudanças constantes é preciso ter em conta a dinâmica do problema. Com o passar do tempo o mundo muda radicalmente, sendo fundamental repensá-lo (NORTH, [20--?]).

Os países que obtiveram êxitos no seu desenvolvimento desde uma condição de atraso a uma de crescimento econômico, o fizeram de tal maneira que todos os setores da sociedade (ricos e pobres) melhoraram seu desempenho e uma área necessita atenção especial, sendo imprescindível melhorar o sistema de educação e aprendizagem das pessoas pobres. Contudo, é preciso superar os interesses estabelecidos que se oponham às reformas (NORTH, [20--?]).

Nesse sentido, a única forma de enfrentamento inteligente é conhecer a fundo as instituições existentes e as organizações que apoiam ou que se opõem às reformas. Então, será possível dimensionar as margens existentes para mudar as regras do jogo em vigor. Para isso será necessário um conhecimento profundo das instituições e das organizações existentes e de seus grupos de interesse, assim como também é importante considerar como funciona o sistema político (NORTH, [20--?]).

Portanto, é relevante entender a história pregressa, quais as estruturas da economia existentes e saber o suficiente a respeito de como funcionam as instituições de maneira que se possam modificar as regras formais assim como as normas de comportamento informais, sem negligenciar os mecanismos de aplicação para fazer com que o trabalho desenvolvido seja mais efetivo (NORTH, [20--?]).

Nesse contexto, os países que possuíam características favoráveis à fixação do colonizador criaram instituições mais estáveis e voltadas para um desenvolvimento mais duradouro. Entretanto, os países com alta densidade populacional e elevada taxa de mortalidade devido a doenças eram menos favoráveis à fixação do colonizador e

tiveram propensão a constituir instituições mais voltadas para a exploração e a exportação de recursos naturais, o que estaria relacionado à formação de bases frágeis para o desenvolvimento (SIMÕES, 2014).

A NEI pode fornecer insights valiosos sobre a formulação de políticas públicas - especificamente o processo de reestruturação; e ela é cada vez mais utilizada para analisar os modos de coordenação econômica (LIEBERHERR, 2009).

Outra aplicação da NEI é a governança do mercado por meio do sistema de preços. Através das instituições é possível que consumidores, atacadistas, distribuidores, industriais e produtores agrícolas criem organismos onde possam conduzir negociações de maneira continuada e eficiente. As preferências dos consumidores vêm mudando de forma dinâmica, provavelmente em função de mudanças no padrão de renda, educação, informação e organização social; e esse processo de mudança é construído a partir das transações que a antecedem. Exemplo semelhante é encontrado no sistema de distribuição de alimentos que experimentam modificações muito rapidamente em todo o mundo. As lojas de conveniências e os "*club-stores*" são indicações de que novos tipos de contratos entre produtores, indústrias, distribuidores e consumidores deverão emergir em um futuro próximo (ZYLBERSTAJN, 1995).

O papel das instituições é especialmente importante para os sistemas agroindustriais. Diferentes arranjos institucionais têm forte impacto sobre a eficiência de um determinado sistema; a criação de regras que disciplinam o comportamento dos participantes de um sistema agroindustrial pode ser decisiva para a sua eficiência e competitividade, permitindo a coordenação de suas ações de forma mais apurada (AZEVEDO, 2000). Porém, existem divergências quanto ao uso da NEI para estudar o agronegócio. Para alguns ela produz uma análise particular e limitada das estratégias empresariais. A NEI atribui eficiência às estruturas de governança, mas sem, no entanto, demonstrá-la. Ela somente deduz essa eficiência. Nesse sentido, a NEI não fornece elementos suficientes para explicar, por exemplo, formas ineficientes de organização da firma ou da cadeia, sendo que uma cadeia ou sistema agroindustrial não necessariamente promovem o melhor desempenho sistêmico; sendo assim, a introdução de novos elementos nessa análise, tais como poder, conflito, história e cultura, seria positiva. Nesse contexto, a visão sistêmica relacionando diferentes setores (por exemplo, agrícola, industrial, de serviços dentre outros) e voltada à análise de um produto específico através da análise das instituições enquanto variável não neutra auxiliaria nesse entendimento. As instituições interferem tanto na definição dos

objetivos das organizações quanto nas estruturas de governança adotadas (MENDES; FIGUEIREDO; MICHELS, 2009).

Alguns problemas transacionais derivam dos limites de mensuração das informações relevantes; existem informações a respeito dos produtos que só podem ser obtidas após a efetivação da troca ou, mais graves, após o consumo dos produtos. A aquisição de uma fruta de mesa, por exemplo, é complexa, respondendo a diversos critérios - como coloração, preço, textura, conveniência, saúde e sabor. Outro exemplo são os serviços que são predominantemente intangíveis, e um exemplo é a aquisição de um pacote turístico. Nesse sentido, quanto maior o problema de mensuração das informações relevantes, maior é o papel reservado ao arranjo institucional (AZEVEDO, 2000). Portanto, as instituições desempenham um papel crucial por estabelecerem a estrutura de interação estável entre os agentes econômicos o que reduz as incertezas, além de definirem e limitarem o conjunto de escolhas individuais. Dessa forma, haverá uma redução nos custos de transação que absorve parte da renda produzida, pois o processo decisório que se dá através da obtenção de informações que garantem a melhor escolha e segurança quanto ao cumprimento dos termos da troca estará respaldado nas instituições (SIMAN; CONCEIÇÃO; FILIPPI, 2006).

Na agricultura e no turismo as restrições informais se estabelecem de várias formas. Contudo, quando elas ocorrem gerando conflito entre as regras formais e as informais ou quando elas limitam o sucesso de organizações cooperativas e grupos de produtores, gera custos assimétricos entre os agentes associados à coordenação horizontal (AZEVEDO, 2000). Portanto, a organização institucional deve definir as escolhas de cada ator, modelando e canalizando seus comportamentos; pois há uma lógica de mercado e de política específica que induz distintos modelos de estratégias que são únicos a cada país. Isso também explica o motivo de algumas nações se desenvolverem mais rapidamente do que outras. O sucesso da política de desenvolvimento exige a compreensão da dinâmica da mudança econômica que é caracterizada por especificar e impor regras formais (SIMAN; CONCEIÇÃO; FILIPPI, 2006).

As principais contribuições da NEI, resumidamente, são: a) definir custos de transação, suas causas e as consequências para o desempenho econômico; b) mostrar que o aumento no tamanho das organizações pode aumentar a eficiência pela redução do custo das transações, como os custos da incerteza entre agente e principal; c) apresentar os benefícios advindos da estabilidade e da previsibilidade; d) denunciar a

capacidade de organizações e de grupos de interesse em resistir às mudanças e manter o "*status quo*"; e) fazer mediações entre a microeconomia e a macroeconomia, ao entender as instituições como mediações entre o individual e o coletivo; e f) apontar a necessidade de interdisciplinaridade na construção do embasamento teórico para a busca de eficiência e de competitividade nas estruturas de governança (MENDES; FIGUEIREDO; MICHELS, 2009).

De forma sintética essa seção trouxe que a função das instituições é mais importante do que a sua forma. Portanto, o entendimento das instituições é importante, pois elas que moldam as organizações. Também a inovação é fundamental para o desenvolvimento econômico, pois diminui os custos de transação. Nesse sentido, a próxima seção é dedicada ao estudo do empreendedorismo a partir da ótica da NEI, estando esse interligado à inovação, ao reinventar e a criação de novos negócios.

## 1.2 EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA DA NEI

O termo empreendedorismo se refere à ação voltada a criar uma nova empresa ou empreendimento, estando ligado ao processo pelo qual o indivíduo concebe uma ideia de negócio e organiza os recursos necessários para desenvolvê-la, assumindo assim um risco econômico, com o propósito de obter benefícios (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

Empreendedores são teoricamente considerados voltados para o crescimento econômico - buscando a riqueza material, inovadores, criativos e dispostos a correr riscos. No entanto, o turismo atrai uma grande proporção de empreendedores de "estilo de vida" que são motivados por razões de "qualidade de vida". Esses empreendedores se caracterizam por se concentrarem em satisfazer sua própria qualidade de vida e equilibrar isso com metas comerciais moderadas. Eles buscam estar satisfeitos com diferentes aspectos da vida, por exemplo, saúde; trabalho; família e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. A qualidade de vida perpassa por cinco fatores: (a) bem-estar físico que aborda a situação geral de saúde e o condicionamento físico, equilibrando exercícios e recreação; (b) bem-estar material que se refere à renda e propriedade; (c) bem-estar social que pode ser definido como "a avaliação da qualidade da sua relação com a sociedade e comunidade", dando destaque para dois aspectos principais - relações interpessoais e participação na sociedade; (d) bem-estar emocional que é composto por emoções, realização, estresse, condição mental, autoestima, status social e respeito,

religião e sexualidade e; (e) desenvolvimento o qual se relaciona com a importância do trabalho em comparação ao tempo de lazer e educação, bem como as condições de trabalho e a percepção de produtividade e contribuição dos indivíduos (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

O empreendedorismo é considerado o motor do desenvolvimento socioeconômico em qualquer território, particularmente, nas pequenas economias em desenvolvimento. Nesse sentido, as organizações internacionais têm realizado amplos esforços no sentido de estimular o crescimento econômico das economias menos avançadas, através do empreendedorismo. Nesse contexto, recebem atenção especial os fatores do ambiente que condicionam o comportamento do empreendedor. Tais fatores influenciam a decisão dos empreendedores e podem ser analisados através da NEI. Os fatores institucionais do ambiente se instrumentam e se materializam em diferentes elementos (por exemplo, leis, valores culturais, práticas empresariais socialmente admitidas) que interatuam e se reforçam mutuamente para condicionarem a atuação empreendedora dos indivíduos. Cada marco institucional pode oferecer diferentes forças e fraquezas a distintos tipos ou setores de atividade econômica (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

Para os autores da NEI essa teoria apresenta a função de garantir a estabilidade nas relações de troca entre os indivíduos, mediante a redução das falhas de mercado. A origem do processo de mudança institucional encontra-se nas organizações, isto é, no ambiente micro. Nesse sentido, a figura do empreendedor (*entrepreneur*) é fundamental para explicar a mudança institucional, pois ele é o protagonista por tomar as decisões numa organização (SIMÕES, 2014).

As instituições influenciam a formação de valores, acumulação de conhecimento, disposições e comportamento dos indivíduos, as quais podem contribuir para a formação de seu potencial criativo e produtivo, bem como do senso coletivo dos direitos de propriedade que caracterizam o desenvolvimento. Mediadas e moldadas pelas instituições, às formas de interação estabelecidas é que manifestarão os avanços e os obstáculos que marcam o caminho do desenvolvimento econômico (PESSALI; DALTO, 2010).

Nesse contexto, os agentes políticos podem propiciar mudança institucional através de suas decisões ancoradas na autoridade formal, atuando sobre as instituições que condicionam as atitudes dos agentes, conducentes à criação de empresas e o tipo de empresas que se criem no tempo; entretanto, é preciso identificar as instituições que

especificamente permitem desenvolver o empreendedorismo turístico nas regiões rurais (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

O desenvolvimento econômico pode ser potencializado através da adoção de um modelo empresarial dinâmico, no qual seja estimulada a cooperação para acesso ao conhecimento, inovação, certificação e qualidade, empreendedorismo e fomento da iniciativa empresarial; além da montagem de redes de distribuição de resposta rápida a mercados dinâmicos (RAMOS, 2016). O desenvolvimento de uma base de regras, leis e costumes capazes de estimular atividades economicamente produtivas, é relevante, pois permite a acumulação de capital e conhecimento. Diversos autores se debruçaram na busca de instrumentos capazes de minimizar as desigualdades de desenvolvimento socioeconômico entre territórios, regiões e países (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018; FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a,b; MATTOS, 2000; BUHALIS, 1999).

Nesse sentido, nos últimos anos um meio para gerar resultados adequados tem decorrido das políticas baseadas no Modelo de Crescimento Endógeno (MCE), cujo conteúdo está resumido no Quadro 1.

Quadro 1. Modelo de Crescimento Endógeno (MCE)

Teoria	Regulação	Medidas políticas
Modelo de Crescimento Endógeno (MCE)	O capital físico, o capital humano e o conhecimento são fatores que garantem o crescimento em longo prazo, explicado endogenamente em função de expectativas de lucros ou benefício. Existem possibilidades e rendimentos crescentes e externalidades que devem ser consideradas no planejamento. A ênfase deve ser colocada no capital humano.	A convergência econômica das regiões é assegurada pelo livre jogo das forças de um mercado controlado pelo Estado, através de medidas de políticas econômicas e administrativas orientadas a incrementar o desenvolvimento regional e local. É um modelo favorável à convergência econômica inter-regional.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014b).

Esse modelo surgiu no período pós-segunda guerra mundial, sucedeu a "idade de ouro do intervencionismo"<sup>7</sup>, e pertence às novas teorias de crescimento. O MCE está estruturado em torno da função de produção onde a taxa de crescimento depende basicamente do estoque de três fatores: capital físico, capital humano e conhecimento

<sup>7</sup> Período marcado pela crença de que seria possível conduzir a vida social até o desenvolvimento socioeconômico através do planejamento de desenvolvimento conduzido pelo Estado e que resultou em uma infinidade de experiências diversas e mal sucedidas (MATTOS, 2000, p. 21).



(ou progresso técnico), fatores que podem ser acumulados e gerar externalidades. Portanto, ao assumir a existência de externalidades positivas, o MCE substitui os pressupostos neoclássicos ortodoxos sobre retornos constantes de escala e concorrência perfeita, pelos de rendimentos crescentes e concorrência imperfeita que surgem a partir da previsão de convergência. Nessa direção, existem externalidades positivas associadas ao capital humano, onde o crescimento do estoque respectivo está condicionado pelo volume de recursos destinados ao setor que o produz. Então, o processo de aprendizagem na prática ou "aprender fazendo" é um importante caminho que permite melhorar e aumentar o estoque de capital humano (MATTOS, 2000).

O MCE considera o conhecimento como um fator produtivo específico, resultante de uma atividade econômica remunerada, cujas externalidades afetam a estrutura dos mercados e, portanto, a modalidade de competição. Isso representa a revalorização da educação formal. Nesse contexto, o crescimento é impulsionado pela mudança tecnológica que ocorre devido a decisões intencionais de investimentos tomadas por agentes maximizadores de lucros. Portanto, de forma sintética, o nível de renda de longo prazo depende do acúmulo de capital físico, capital humano e conhecimento, onde os respectivos níveis são determinados endogenamente por decisões de poupança e investimento motivados por expectativas de lucro. Sendo que no crescimento endógeno a regulação tem o propósito de gerar um ambiente atrativo para os investimentos privados, incluindo políticas para estimular o crescimento regional endógeno. Nessa linha, as principais políticas públicas desse modelo devem estar voltadas para gestão de externalidades, e para a provisão de bens públicos, garantias de direitos de propriedade intelectual e física, regulação do setor financeiro e as relações econômicas externas, eliminar distorções econômicas e manter o marco legal que garante a ordem pública; e estabelecer uma política regional para ativar o potencial endógeno (MATTOS, 2000).

As políticas públicas - instituições formais - podem ser planejadas de forma assertiva para conduzirem ao desenvolvimento socioeconômico. Portanto, é importante conhecer o papel das instituições tanto na formulação de políticas quanto no desenvolvimento dos territórios. Assim, um instrumento adequado para examinar o papel das instituições no desenvolvimento do empreendedorismo em roteiros turísticos é o estudo através das dimensões das instituições. As instituições transitam por diferentes meios e, por isso, podem ser classificadas em três pilares ou dimensões: regulativo, normativo e cognitivo (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-

SOTO, 2014a, b; ORR; SCOTT, 2008; SCOTT, 2004; RUEF; SCOTT, 1998; PALTHE, 2014). O Quadro 2 apresenta as características e a funcionalidade das dimensões regulativa, normativa e cognitiva.

Quadro 2. Dimensões Institucionais, suas características e funcionamentos

Dimensão	Características	Funcionamento
Regulativa	Essa dimensão inclui as leis, regulamentos, normas e políticas formuladas pelo Governo para promover certos tipos de comportamento e restringir outros.	Tais instituições imperam mediante pressões impositivas e por meio delas observa-se a conformidade do comportamento com as leis, dessa forma, as empresas ganham legitimidade na sociedade, quando operam em conformidade com as normas legalmente estabelecidas e em caso contrário são penalizadas.
Normativa	Aqui estão incluídos os valores, as normas e crenças sobre o comportamento humano admissível. Essa instituição define as metas ou objetivos socialmente aceitáveis e comunitariamente suportáveis, por exemplo, a obtenção de benefícios, e também as formas adequadas para alcançá-lo (por exemplo, práticas comerciais éticas).	Esse mecanismo prioriza as crenças morais e obrigações interiorizadas como base da ordem social. Nela, o empresário é visto como alguém não só guiado pelo interesse próprio, mas também pela consciência social e um desejo de comportar-se adequadamente de acordo com as expectativas e normas de conduta que ele mesmo tem assimilado (denominada pressão normativa). Ela proporciona incentivos através de recompensas extrínsecas (aceitação e legitimidade social) e intrínsecas (respeito a princípios morais próprios). Devido à base moral, os controles normativos tendem a ser interiorizados pelo indivíduo em maior medida do que os controles regulativos.
Cognitiva	Ela reflete o conhecimento econômico-empresarial compartilhado pelas organizações e indivíduos de um determinado território e inclui as decisões e formas organizativas que tenham sido aplicadas com sucesso por outras organizações, independentemente do setor de atividade ao qual pertençam.	São estruturas e conhecimentos tidos como consolidados, por isso, não são questionados, mas sim são adotados por outras empresas que enfrentam situações similares. Tais elementos contêm esquemas válidos que ajudam aos decisores, quando enfrentam certo nível de incertezas a escolher entre as alternativas possíveis. Aqui, a legitimidade provém da interiorização daquelas decisões adotadas pelas organizações e tidas como referência, de modo que esta pressão mimética prediz imitar os comportamentos prévios. Assim, essas pressões oferecem como incentivos o êxito das decisões adotadas ou a sua aceitação pelo conjunto de atores, justamente, porque estão adaptadas às práticas empresariais vigentes.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a, b); Scott (2004); Ruef; Scott (1998); Orr; Scott (2008).

As dimensões institucionais aqui expostas (Quadro 2) serviram de base para o estudo conduzido nesta dissertação.

Um estudo empírico conduzido por Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a) em 2012 na República do Cabo Verde se apropriou das dimensões regulativa, normativa e cognitiva para responder à seguinte pergunta: "que fatores institucionais do ambiente influem na decisão de fundar uma empresa no setor turístico numa PEID<sup>8</sup>". Este estudo retratou a avaliação feita pelos cabo-verdianos sobre o quanto a qualidade das instituições regulativas, normativas e cognitivas afetam a criação de empresas no setor do turismo e como condicionam o comportamento empreendedor daqueles que decidiram fundar uma empresa neste setor. Nesse contexto, os autores sugerem que as dimensões regulativas, normativas e cognitivas devam ser avaliadas em qualquer PEID, previamente a formulação de novas leis, decretos por parte das autoridades políticas (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

Em síntese, a dimensão regulativa diz respeito às leis, regulamentos, regras de trabalho, sanções, normas e Políticas Públicas e visam estimular ou restringir determinados comportamentos. Tais instituições ocorrem por meio de pressões coercitivas que premiam o bom comportamento e penalizam os desvios praticados.

Resumidamente, a dimensão normativa se caracteriza por abranger as normas de trabalho; hábitos, certificações e creditações. Essa dimensão estabelece parâmetros de comportamento social aceitável e apresenta os meios aceitáveis para alcançá-los. Ela se baseia nas obrigações interiorizadas como base da ordem social.

Por fim, a dimensão cognitiva que se caracteriza por refletir o conhecimento econômico-empresarial compartilhado pelas organizações e indivíduos de um determinado território, crenças comuns, valores, lógicas compartilhadas de ação, decisões e formas organizativas, comportamento mimético, isomorfismo e quadro comum de significados. Nela o conhecimento é compartilhado.

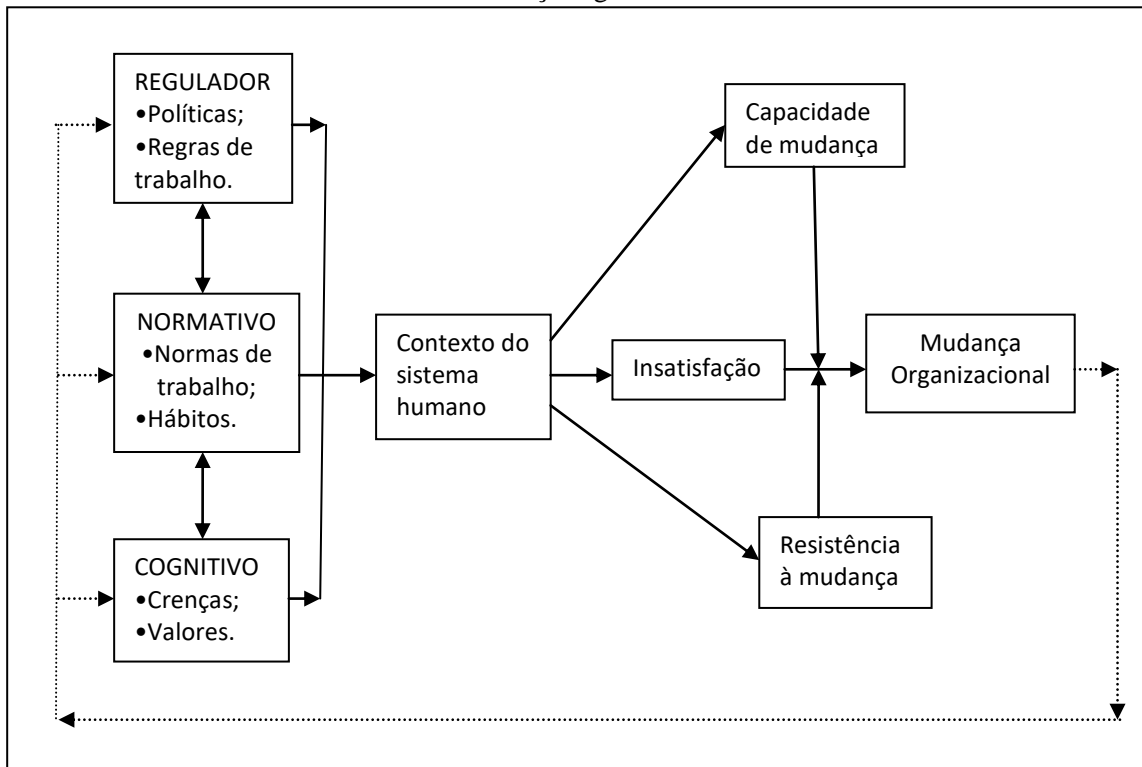
As três dimensões aqui apresentadas também podem ser examinadas a partir da perspectiva da mudança organizacional. A figura 1 pretende ilustrar as conexões entre os elementos institucionais e a mudança organizacional via a insatisfação intraorganizacional com os modos atuais de operação. O impacto dessa insatisfação com

---

<sup>8</sup> Pequenas Economias Insulares em Desenvolvimento (PEID): são economias insulares pequenas e vulneráveis que ocorrem em países ou territórios menos desenvolvidos e de crescimento médio, nos quais a economia está em desenvolvimento (FURTADO; GARCÍA-CABRERA; GARCÍA-SOTO, 2014a).

os métodos e sistemas existentes sobre mudança é restringido pela capacidade de mudança da organização e pelo nível de resistência à mudança (PALTHE, 2014).

Figura 1. Modelo conceitual da influência de elementos regulativos, normativos e cognitivos na mudança organizacional



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Palthe (2014).

Os elementos apresentados na Figura 1 atuam em conjunto, de forma a reforçarem-se mutuamente para contribuir para o contexto institucional. Os teóricos institucionais tendem a enfatizar uma das três dimensões ao examinar as mudanças institucionais. Nesse sentido, os teóricos que enfatizam a visão reguladora das instituições tendem a ver a mudança organizacional como um produto fundamental das forças de mercado e dos elementos reguladores da organização, como novas políticas conduzidas por meios coercitivos (PALTHE, 2014).

Nesse contexto, os teóricos normativos enfatizam o papel da obrigação social e tendem a focar em estruturas informais em vez de estruturas formais na mudança organizacional. É provável também que enfatizem o ambiente imediato das organizações como o responsável por impulsionar essa mudança organizacional, e não as regras culturais mais gerais presentes na sociedade como um todo (PALTHE, 2014).

Nessa perspectiva, os teóricos cognitivos, ou aqueles que examinam mudanças nos aspectos cognitivos das organizações tendem a se concentrar em mudanças nas

crenças conceituais, modelos mentais e interpretações de significados compartilhados quando as organizações passam por mudanças significativas. Essa perspectiva também enfatiza a importância de alcançar a mudança que é internalizada pelos membros da organização e apoiada culturalmente. Os sistemas regulador, normativo e cognitivo definem meios legítimos para buscar fins valiosos. Nesse contexto, o elemento regulador enfatiza a conformidade aos sistemas jurídicos com as bases da legitimidade. O elemento normativo enfatiza as bases morais para avaliar a legitimidade, e o elemento cognitivo enfatiza a legitimidade cultural que advém da adoção de uma mentalidade compartilhada (PALTHE, 2014).

Essa seção, resumidamente, abordou o empreendedorismo a partir da NEI. Também abordou como cada marco institucional pode influenciar distintos tipos ou setores de atividade econômica. Apresentou o modelo de crescimento endógeno e o correlacionou ao desenvolvimento socioeconômico. E, por último, apresentou as três (3) dimensões institucionais (regulativa, normativa e cognitiva) que permitem examinar o papel das instituições no desenvolvimento do empreendedorismo no turismo. A partir desse contexto a próxima seção é dedicada a estudar a Matriz Institucional como condicionante do empreendedorismo.

### 1.3 A MATRIZ INSTITUCIONAL COMO CONDICIONANTE DO EMPREENDEDORISMO TURÍSTICO

O estímulo ao empreendedorismo local focado na complementaridade entre setores, como ocorre no turismo rural, que oferece serviços diversos (de alojamento e de lazer) e desenvolvem atividade agrícola ou agropecuária, contribui para atenuar as dificuldades associadas à elevada sazonalidade do setor do turismo. É de suma importância o reforço das sinergias entre alguns dos subsistemas regionais, assim como a gestão integrada do turismo rural, da cultura e do ambiente. A adoção de um modelo sistêmico para esses territórios se justifica pela escassez de recursos financeiros, que reforça a necessidade das políticas e dos investimentos nos equipamentos e na promoção de destinos de turismo rural, podendo assim servir tanto às necessidades do setor do turismo rural quanto às das populações locais. Uma gestão sistêmica regional integrada permite igualmente estimular as sinergias diretas entre vários setores, como a que pode resultar do incentivo à incorporação de produtos alimentares locais por

restaurantes e na hotelaria ou a promoção do turismo rural, por exemplo (SILVA, 2013; RAMOS, 2016).

Nesse contexto, o planejamento, a gestão turística e o empreendedorismo teriam benefícios relacionados com a disponibilidade de dados sobre a procura, o perfil dos clientes e as suas preferências. Cultura, identidade, qualidades de vida, empreendedorismo, capacidade de inovação, hospitalidade, segurança, cidadania e governança são fatores essenciais para o desenvolvimento e para a capacidade competitiva de territórios. Por outro lado, a existência de lacunas em termos de formação e qualificação se reflete negativamente na capacidade de empreendedorismo e inovação e na qualificação da mão de obra do setor do turismo, e dessa forma na qualidade da oferta turística. Nessa linha, como os serviços são um dos fatores mais determinantes para a qualidade da experiência turística, os atores e os responsáveis pela gestão turística devem dar atenção especial à qualificação da oferta, valorizando aspectos como a formação e a qualificação dos técnicos e empresários, o controle da qualidade e o empreendedorismo (SILVA, 2013; RAMOS, 2016).

O setor público tem a possibilidade de racionalizar suas operações para desempenhar seu papel de regulador, coordenador, provedor de infraestrutura e promotor do destino turístico. Nesse sentido, políticas de longo prazo apoiadas pela nomeação de especialistas em gestão do turismo e no *marketing* e o planejamento estratégico são fundamentais para o desenvolvimento e para a implementação bem-sucedida do Plano Diretor de cada localidade (BUHALIS, 1999).

Portanto, as instituições podem apoiar os empreendedores do setor do turismo rural criando condições que fomentem o intercâmbio social nas comunidades regionais e proporcionem estabilidade política e econômica. Dessa forma, será mais fácil para os mesmos desenvolverem novas competências e a enfrentarem os desafios do empreendedorismo, assim, ainda será possível diminuir o estresse e melhorar a qualidade de vida desses empreendedores (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

Entender as principais motivações dos empresários do setor do turismo e seus objetivos de negócios é relevante para a competitividade dos destinos turísticos. É o aproveitamento de redes inteligentes de empreendedores afins na rede regional que podem maximizar a competitividade e a sustentabilidade do destino. Em indústrias dominadas por Pequenas e Médias Empresas (PMEs), como as de serviços de hospedagem e a indústria do turismo, com um alto grau de proprietários-gerentes, a

compreensão de suas prioridades e motivações é de suma importância para a competitividade. Muitas vezes os empreendedores desse setor se concentram em satisfazer sua própria qualidade de vida e equilibrar isso com metas de negócios moderadas (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

Nas PMEs de turismo as decisões de crescimento empresarial são influenciadas pela percepção individual e pela avaliação das circunstâncias da vida. Empreendedores geralmente estão enraizados em suas regiões de origem e sociedades regionais. Assim, pode-se esperar que as decisões estejam diretamente relacionadas ao bem-estar do ambiente de negócios dos empreendedores. Especialmente nas regiões rurais, esses laços de rede influenciam fortemente o desenvolvimento de negócios e o sucesso dos empreendedores e o destino como um todo. O bem-estar civil, expresso pela situação legal e política, mostra-se fundamental para o crescimento dos empresários do setor do turismo e também do turismo rural. A satisfação com a própria saúde, dotação financeira, inserção familiar e condições políticas / econômicas sólidas são pré-requisitos necessários para o crescimento da empresa. O setor do turismo rural é dominado por empresas familiares, onde a tomada de decisões é altamente afetada por interesses relacionados à família (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

Nessas empresas pode-se encontrar a preocupação de passar a empresa para as gerações futuras. Além disso, esses empreendedores geralmente interpretam o crescimento dos negócios de maneira diferente e avaliam o crescimento pela riqueza socioemocional que percebem. Nesse contexto, é crucial oferecer educação de liderança para desenvolver competências empreendedoras, através da oferta de programas de escolas de negócios sob medida (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

Neste capítulo foram apresentadas as instituições, a NEI, os principais precursores dessa teoria, a importância da mesma, e a coordenação econômica a partir da teoria. Também foi abordado o empreendedorismo na perspectiva da NEI e o papel da Matriz Institucional como condicionante do empreendedorismo turístico. Nesse contexto, o turismo tem sido apresentado como uma ferramenta capaz de manter o homem no campo, diminuindo dessa forma o êxodo rural, e é visto como um mecanismo com potencial para reduzir as desigualdades sociais ao gerar renda por meio da diversificação da atividade principal e por agregar valor aos produtos e serviços ofertados. Sendo assim, para compreender como as instituições estimulam ou restringem o empreendedorismo no turismo o próximo capítulo destina-se a apresentar

os procedimentos metodológicos, os quais buscam esclarecer como esta pesquisa foi desenvolvida.

No capítulo destinado ao procedimento metodológico está apresentado o método escolhido, o instrumento de coleta de dados, os objetos de estudo (Quadros 3 e 4), estão indicados os períodos da coleta de dados e da análise destes, a coleta e organização dos dados e informações, a caracterização dos municípios onde estão localizados os roteiros turísticos - município de Marau (RS) e município de Garibaldi (RS).



## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo é composto pelos seguintes tópicos: método escolhido, instrumento de coleta de dados e sua aplicação, além da forma de análise de dados visando a cumprir os objetivos de estudo deste trabalho que envolve verificar as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo.

O método da pesquisa científica consiste na elaboração, consciente e organizada, dos diversos procedimentos que orientam para a realização da operação discursiva. Nesse sentido, ele é uma condição necessária para a realização da pesquisa (RUDIO, 2007).

O tipo de pesquisa é descritiva, com o objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno, e obter informação do que existe, a fim de poder descrever, analisar e interpretar a realidade sem, no entanto, nela interferir para modificá-la (RICHARDSON, 1999; RUDIO, 2007; GIL, 2002). Esse delineamento é caracterizado pela descoberta e observação de fenômenos procurando examiná-los, descrevê-los, classificá-los (RUDIO, 2007). O delineamento diz sobre o planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, que envolve tanto a diagramação quanto a previsão de análise e interpretação dos dados coletados, considerando o ambiente em que são coletados os dados e as formas de controle das variáveis envolvidas (GIL, 2002). Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Esse tipo de estudo também visa a descobrir a existência de associações entre variáveis (GIL, 2002), como, por exemplo, a relação entre as instituições e o empreendedorismo no turismo.

A pesquisa pretendeu saber as percepções dos empreendedores turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo. Para tanto, foram definidas duas etapas, a primeira possui natureza descritiva e utiliza informações secundárias referentes aos municípios escolhidos para descrever a trajetória da formulação do roteiro, e identificar as principais instituições presentes no roteiro; a segunda possui caráter qualitativo e quantitativo e ocorreu através da aplicação de um roteiro estruturado de pesquisa composto por cinco (5) partes.

Na primeira etapa foi feita uma pesquisa documental com posterior análise do documento, a qual se valeu de materiais que ainda não haviam recebido um tratamento

analítico, ou que ainda puderam ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Esses documentos foram resumo da formatação do roteiro, atos administrativos, minuta de termos de cooperação técnica, decretos e leis municipais, fotografias de época e outros documentos referentes aos roteiros turísticos objetos dessa pesquisa. Conforme Gil (2002), o desenvolvimento da pesquisa documental seguiu os mesmos passos da pesquisa bibliográfica, contudo as fontes de dados para essa pesquisa estavam mais diversificadas e dispersas. Por um lado, existem documentos "de primeira mão", que não haviam recebido nenhum tratamento analítico, por exemplo, documentos conservados em arquivos de órgãos públicos e instituições privadas, tais como associações dos roteiros. Incluem-se aqui inúmeros outros documentos como cartas, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins, etc. Por outro lado, alguns documentos eram "de segunda mão", os quais de alguma forma já foram analisados, tais como relatórios de pesquisa, dissertações, tabelas estatísticas (GIL, 2002).

Ainda nessa etapa, inicialmente, reuniram-se os principais atos públicos referentes ao Município de Marau (Apêndice H), a partir da busca pelas palavras "leis turismo" no Site do Município (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2019). O período examinado foi de 1966 até 26 de janeiro de 2019. E, posteriormente, reuniu os principais atos públicos referentes ao Município de Garibaldi (Apêndice I), a partir da busca pelas palavras "leis turismo" no Site do Município (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2019). O período examinado foi de 1957 até 26 de janeiro de 2019.

Na pesquisa documental os documentos foram investigados a fim de se poderem descrever as trajetórias do desenvolvimento dos roteiros, etc. (RUDIO, 2007). A importância da pesquisa documental para essa dissertação se deve, primeiramente, pelo fato dos documentos constituírem uma fonte rica e estável de dados.

A segunda etapa foi constituída por um roteiro estruturado de pesquisa composto por cinco (5) partes. A primeira parte do formulário buscou caracterizar o empreendedor; a segunda parte do formulário se destinou a caracterizar o empreendimento, esse conjunto de dados serviu para contextualizar o cenário em que os roteiros estão inseridos. Da terceira à quinta parte dos formulários se destinaram a obter as percepções dos empreendedores em relação às instituições nas suas dimensões regulativas, normativas e cognitivas existentes. Essas três (3) partes do instrumento utilizaram o modelo de escala *Likert* (um referente à dimensão regulativa, outro à dimensão normativa e outro à dimensão cognitiva) com afirmações a serem respondidas

de forma individual pelos empreendedores de todos os empreendimentos dos roteiros turísticos das Salamarias localizado no município de Marau - RS e da Via Orgânica localizado no Município de Garibaldi - RS. O roteiro das Salamarias é formado por um total de oito (8) empreendimentos e todos os oito empreendimentos foram objeto de pesquisa, já o roteiro da Via Orgânica apresenta um total de dez (10) empreendimentos e nove (9) empreendimentos participaram da entrevista.

Para examinar as percepções dos empreendedores com relação às instituições regulativas, normativas e cognitivas foi utilizado o modelo de escala *Likert* de cinco (5) posições, onde o maior valor indica total acordo com a afirmação e o menor valor indica total desacordo com a afirmação. Conforme Richardson (1999, p. 190), o questionário constituído em forma de escala serve para medir diversos fenômenos atitudinais, tais como alienação, autoritarismo, religiosidade e outros.

Segundo Richardson (1999, p. 271) o modelo de escala *Likert* começa com a coleta de uma quantidade importante de itens que indicam atitudes negativas e positivas sobre um objeto, instituição ou tipos de pessoa. A escala *Likert* é construída por meio de técnicas de análise de itens. O conjunto de itens é administrado a um grupo de sujeitos e cada item se classifica ao longo de um contínuo de cinco pontos que varia entre "muito de acordo" a "muito em desacordo". Cada item é correlacionado com um escore total, que indica o grau no qual o item mede a mesma atitude que esteja medindo em outros itens. Dessa forma, os itens que apresentam baixos coeficientes de correlação com o escore total são pouco confiáveis ou medem fatores atitudinais estranhos. Somente se mantêm para formar a escala aqueles itens que apresentam as mais altas correlações com o escore total.

Trata-se de uma escala com nuance empírico, pois trabalha diretamente com os escores dos entrevistados. Esse método determina mais diretamente a existência de uma ou mais atitudes no grupo de itens considerados, e a escala construída a partir desses itens mede o fator mais geral (RICHARDSON, 1999, p. 271).

O uso de uma escala de cinco pontos proporcionou maior informação que uma simples dicotomia "acordo" ou "desacordo". Porém, não é possível conferir um significado absoluto aos escores da escala *Likert*, pois esses escores são relativos àqueles do grupo para o qual se construiu a escala (RICHARDSON, 1999, p. 271-272).

Na escala *Likert* os sujeitos marcam cada item em uma das categorias seguintes: (MA) muito de acordo, (A) acordo, (I) indeciso, (D) em desacordo, (MD) muito em desacordo. Se o sujeito marca MA em um item positivo recebe um escore 5, se marca A

recebe um escore 4, e 1 se marca MD. Para itens negativos o escore se inverte, uma resposta muito de acordo se codifica como 1 e uma resposta muito em desacordo com 5. Os escores totais para cada indivíduo se obtêm somando os escores de cada item (RICHARDSON, 1999, p. 271-272).

As variáveis representam classes de objetos, dentre os quais é possível citar: sexo, escolaridade, renda mensal, participação política e outros. E suas características fundamentais são: (a) aspectos observáveis de um fenômeno, (b) devem apresentar variações ou diferenças em relação ao mesmo fenômeno (RICHARDSON, 1999, p. 117).

Nessa pesquisa, obtiveram-se variáveis nominais que são caracterizadas por poderem agrupar em classes ou categorias (classificação) distintas os elementos do conjunto original, obedecendo a determinado critério classificatório, por exemplo, sexo (masculino/feminino), tipo de serviço no turismo (lazer, alimentação, hospedagem). Sendo assim, a única operação matemática possível foi o cálculo de frequências e de percentagem nas classes (RICHARDSON, 1999, p. 124).

Também integram esse trabalho as variáveis ordinais resultantes da operação de ordenar por postos. Dessa forma, além de classificar os elementos de um conjunto, estabelece-se uma ordem hierárquica entre as categorias, por exemplo, escolaridade (1º, 2º, 3º grau completo ou incompleto) que é uma variável qualitativa ordinal. Segundo Richardson (1999, p. 124-127) essa variável permite o cálculo de frequências e de percentagem nas classes dentre outras.

Igualmente, têm-se a ocorrência de variáveis discretas que são constituídas de panes ou categorias separadas e distintas. Portanto, as pessoas ou coisas são categorizadas pela presença ou ausência da característica que define a variável, por exemplo, sexo (homem/mulher); alfabetizado/analfabeto; rural/urbano; crença religiosa; estado civil; grau de ensino e outras (RICHARDSON, 1999, p. 132).

O instrumento de pesquisa que permitiu levantar os dados sobre os proprietários ou gestores e empreendimentos - parte integrante dos Apêndices A, B, C, D e, E - visou: (a) permitir descrever as trajetórias dos desenvolvimentos dos roteiros com ênfase no apoio e/ou restrições das instituições ao empreendedorismo nos respectivos roteiros; (b) possibilitar identificar as principais instituições formais dos respectivos roteiros e complementar as informações obtidas por meio do exame de dados secundários; e (c) fornecer dados para que se possa caracterizar o perfil socioeconômico dos empreendedores rurais.

O método que foi utilizado é o estudo de caso. Essa abordagem pode ser enquadrada como um estudo de dois casos - referente aos roteiros das Salamarias e Via Orgânica. O estudo de caso é caracterizado pela pesquisa de um determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade com o objetivo de realizar uma indagação em profundidade para se examinar o ciclo de sua vida ou algum aspecto particular desta (RUDIO, 2007). Atualmente é considerado o delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo complexo dentro de seu contexto real, onde os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente percebidos (GIL, 2002).

A abordagem qualitativa permitiu que os dados gerassem interpretações e reflexão. A abordagem qualitativa de um problema justifica-se por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social. A pesquisa qualitativa busca a compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos (RICHARDSON, 1999).

A pesquisa possui uma abordagem qualitativa/quantitativa e descritiva, utilizando-se de técnicas de estatística, para o tratamento dos resultados obtidos através do emprego do modelo de escala *Likert*. Os dados quantitativos foram tabulados com o auxílio do programa Excel do pacote Microsoft Office, através do emprego de ferramentas de estatística descritiva como frequência absoluta, percentagem, média aritmética simples e desvio-padrão. Ferramentas estas que foram utilizadas para dar suporte tanto à análise quanto à interpretação dos dados coletados junto aos grupos formados pelo total de empreendedores pertencentes aos dois roteiros turísticos e que aceitaram participar da pesquisa. Ao todo participaram da pesquisa dezessete (17) empreendimentos. A partir das planilhas que foram elaboradas através da análise estatística dos dados foram construídos gráficos e tabelas.

Ainda nessa etapa, foram transcritas as palavras ditas pelos empreendedores durante a aplicação do instrumento de pesquisa. Essas palavras foram agrupadas segundo o roteiro. Então, foi criada nuvem de palavras correspondente, inicialmente, ao roteiro das Salamarias, a seguir, ao roteiro Via Orgânica e, por último, referente às palavras e frases expressas pelo conjunto dos dois roteiros. Para gerar as nuvens de palavras foi utilizado o *software* do *Site Word Cloud Generator* (2019).

A partir dessas três nuvens de palavras, foram construídas três listas contendo todas as palavras que pudessem ser lidas em função do tamanho em que apareciam na

nuvem. Sendo que aparecem em tamanho maior as palavras relacionadas aos pontos que mais inquietam os empreendedores. A categorização das palavras ocorreu segundo as afirmações pertencentes a cada uma das três dimensões pesquisadas. Foram excluídas as palavras que apareciam em mais de uma dimensão e também as que não constavam em nenhuma das dimensões. A seguir, as palavras de cada dimensão foram contadas. Isso se deu para o roteiro das Salamarias, para o roteiro Via Orgânica e para o conjunto de palavras referentes ao conjunto dos roteiros. Os resultados foram analisados e também comparados com os resultados obtidos a partir dos gráficos referentes a cada uma das dimensões e também a média geral das dimensões regulativa, normativa e cognitiva.

## 2.1 OBJETOS DO ESTUDO

Esse estudo examinou a percepção dos empreendedores de dois roteiros turísticos localizados no Estado do Rio Grande do Sul, o roteiro das Salamarias, localizado no município de Marau e o roteiro Via Orgânica, localizado no município de Garibaldi. Os fatores que determinaram essas escolhas foram: (a) o perfil empreendedor presente nesses roteiros que se encontram em desenvolvimento; e (b) a presença de instituições relacionadas ao turismo.

O plano de amostragem adotado para esse estudo é a amostragem intencional não probabilística, composta pela totalidade dos estabelecimentos existentes atualmente nos dois roteiros objetos desse estudo e que livremente concordaram em responder ao instrumento de pesquisa, sendo, no total, oito estabelecimentos pertencentes ao roteiro das Salamarias<sup>9</sup> e, também no total, nove estabelecimentos pertencentes ao roteiro Via Orgânica<sup>10</sup>. A seleção dos empreendedores se deu em função deles integrarem o roteiro turístico com instituições estabelecidas.

A partir desses critérios, são objeto de estudo todos os empreendedores pertencentes aos empreendimentos turísticos elencados no Quadro 3 e no Quadro 4 e que livremente aceitaram participar da pesquisa.

---

<sup>9</sup> Fonte: < <http://www.salamarias.com.br/propriedades>>. Acesso em 15 jun 2018.

<sup>10</sup> Fonte: < <http://www.turismo.rs.gov.br/roteiro/211/via-organica>>. Acesso em 15 jun 2018.

Quadro 3. Empreendimentos e atividades de turismo existentes no Roteiro das Salamarias - Marau/RS

Nº	Nome do empreendimento	Atividades desenvolvidas
1	Cachaçaria POL	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Agricultura familiar;</li> <li>❖ Produção de cachaça e grapa; e</li> <li>❖ Café colonial sob encomenda (atualmente não é mais oferecido esse serviço na propriedade, o mesmo foi repassado para um vizinho que adquiriu os equipamentos (mesas, cadeiras, louças, talheres, etc.) da Cachaçaria POL e passou a ofertar o café colonial).</li> </ul>
2	Erva-Mate Pagnussati	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produção de erva-mate de forma artesanal;</li> <li>❖ Criação de bovinos de corte;</li> <li>❖ Mel artesanal de abelha;</li> <li>❖ Plantio de cereais (milho e soja);</li> <li>❖ Trilha ecológica; e</li> <li>❖ Passeio de carretão pela propriedade.</li> </ul>
3	Casa Camera Ristorante	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Agroindústria familiar com base na produção de derivados de suínos (salame, pernil, copa); e</li> <li>❖ Jantares, almoços e café típico da gastronomia italiana.</li> </ul>
4	Cantina Maculan	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Agricultura familiar;</li> <li>❖ Elaboração de vinhos coloniais;</li> <li>❖ Elaboração de licores e sucos;</li> <li>❖ Produção de compotas;</li> <li>❖ Passeio na propriedade;</li> <li>❖ Venda de madeira de eucalipto; e</li> <li>❖ Gados leiteiros e cereais.</li> </ul>
5	Cantina Bordignon	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaboração de vinho artesanal como principal atração turística;</li> <li>❖ Produção de cereais; e</li> <li>❖ Produção de leite.</li> </ul>
6	Cantina da Terra	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Venda de produtos coloniais.</li> </ul>
7	Casa do Mel (não participa mais do roteiro)	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produção de mel proveniente da criação de abelhas sem ferrão.</li> </ul>
8	Cantina Manfroi	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produção artesanal de vinho.</li> </ul>
9	Cantina Antônio Maculam	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produz vinhos que são comercializados localmente;</li> <li>❖ Criação de gado leiteiro;</li> <li>❖ Produção de milho e soja;</li> <li>❖ A proprietária cedeu receitas tradicionais que fazem</li> </ul>

		parte do livro Sabores do Roteiro das Salamarias; e ❖ Comercializa geleias, conservas, sucos, licores, pipoca, amendoim, feijão e artesanato.
--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Bavaresco (2017); Faoro (2017) e de Marodin (2011).

A seguir, o quadro 4 apresenta os empreendimentos turísticos pertencentes ao roteiro Via Orgânica, localizado no município de Garibaldi (RS).

Quadro 4. Empreendimentos e atividades de turismo existentes no Roteiro Via Orgânica - Garibaldi/RS

Nº	Nome do empreendimento	Atividades desenvolvidas
1	Fit Up	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ A Fit Up produz bebidas saudáveis, com ingredientes naturais e orgânicos. Frutas e verduras são prensadas a frio, garantindo a conservação integral, sem adicionais químicos.</li> <li>❖ A empresa recebe visitantes para um tour interno, com demonstração dos produtos e suas variadas combinações de ingredientes, pensadas para cada tipo de público e de ritmo de vida.</li> </ul>
2	Cooperativa Vinícola Garibaldi	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produz vinhos e sucos orgânicos; e</li> <li>❖ Oferece visita guiada na qual apresenta o funcionamento da cooperativa e suas práticas sustentáveis, e a história de Garibaldi por trás da cooperativa.</li> </ul>
3	Família Boroto	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produção de espumante orgânico;</li> <li>❖ Produção de chocolates artesanais; e</li> <li>❖ Oferece passeio de carroça pelas videiras, passeio a grutas e a capitéis.</li> </ul>
4	Sabor Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Loja especializada em produtos naturais e orgânicos, hortaliças, legumes, frutas, sucos, geleias, molhos, chás, açúcar, café, farinhas, e grãos (produtos produzidos pelos proprietários ou vizinhos).</li> </ul>
5	Econatura ou "Ecofábrica"	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produz suco de uva, vinagres de vinho tinto, balsâmico e balsâmico envelhecido, óleo de semente de uva, farinha da semente e da casca de uva, sendo todos orgânicos;</li> <li>❖ Foi construída predominantemente com materiais de reuso, e utiliza processos que visam minimizar o impacto ambiental; e</li> <li>❖ Foi formatada para receber visitas técnicas e</li> </ul>



		pedagógicas, atraindo escolas e universidades.
6	Sítio Crescer	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Oferece hospedagem compartilhada (<i>hostel</i>);</li> <li>❖ Foi construído buscando ser sustentável;</li> <li>❖ Produz hortaliças e frutas orgânicas;</li> <li>❖ Oferece local para eventos;</li> <li>❖ Oferece passeio entre cascatas, promovendo a educação ambiental, e disponibiliza espaços para espiritualidade, rodeados por jardins; e</li> <li>❖ Recebe grupos para retiros e serve refeições caseiras mediante agendamento.</li> </ul>
7	Sítio do Celo	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Possui paisagem silvestre, plantas nativas e frutas exóticas;</li> <li>❖ A propriedade possui animais de raças pouco conhecidas, como por exemplo, ovelhas Santa Inês;</li> <li>❖ Oferece caldo de cana (<i>garapa</i>) feito na hora; e</li> <li>❖ Tem trilha para caminhada que conduz até um riacho.</li> </ul>
8	Família Mariani	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Possui um antigo casarão que foi transformado em museu e onde a história da família é contada aos visitantes;</li> <li>❖ Oferece passeio de trator, com vista panorâmica, sendo possível colher frutas e temperos da época; e</li> <li>❖ Trabalha compartilhando conhecimentos de agroecologia, mostrando as videiras centenárias, a produção orgânica e a agroindústria.</li> </ul>
9	Valle Rústico	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Trabalha com o conceito de enogastronomia e ecogastronomia, a refeição é preparada para ser apreciada em etapas;</li> <li>❖ Promove oficinas gastronômicas;</li> <li>❖ Oferece visitação a horta orgânica que fornece a maioria dos ingredientes utilizados no cardápio do empreendimento; e</li> <li>❖ Atua no projeto Horta que oferece o serviço de entrega de cestas com produtos orgânicos direto na casa do cliente.</li> </ul>
10	Davida	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ A Davida oferece, de forma exclusiva, lanches saudáveis com op�es orgânicas.</li> <li>❖ Dispõe de um espaço para cursos e oficinas culinárias, com o objetivo de educar e promover a saúde, sempre com muito sabor.</li> <li>❖ Possui um comércio especializado em alimentos</li> </ul>

		naturais e orgânicos.
--	--	-----------------------

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Scherer et al (2017), e Gavioli; Bastos (2017).

Os empreendedores (proprietário ou responsável pela propriedade) pertencentes aos dois roteiros turísticos foram considerados a melhor fonte para se obter os dados necessários para responder a questão que norteia essa pesquisa. Dessa forma, fez-se necessário contatá-los por telefone ou e-mail - os empreendimentos que constam no quadro 3 e no quadro 4 para identificar os responsáveis pelos respectivos empreendimentos. Somente após essa etapa é que foi possível programar a coleta de dados e dar andamento a esse trabalho.

Efetivamente foram entrevistados empreendedores de dezessete empreendimentos, dos quais, oito fazem parte do roteiro das Salamarias e nove pertencem ao roteiro Via Orgânica. Isso se deve ao fato de um empreendimento ter sido fechado no roteiro das Salamarias e um empreendedor do roteiro Via Orgânica, depois de reiterados contatos via e-mail e também telefônicos decidiu por não participar da pesquisa, sendo, portanto, excluído da mesma.

## 2.2 COLETA E ORGANIZAÇÃO DOS DADOS E INFORMAÇÕES

Instrumentos de pesquisa são utilizados para a coleta de dados (RUDIO, 2007), e nesse estudo foi adotado um instrumento quanti-qualitativo.

O questionário é utilizado para obter informações acerca de grupos sociais. Ele permite descrever as características de um indivíduo ou grupo e medir determinadas variáveis de um grupo social, podendo auxiliar planejadores, administradores e outros (RICHARDSON, 1999, p. 189).

A entrevista teve o propósito de saber as percepções dos empreendedores de turismo em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições dos respectivos municípios quanto ao desenvolvimento do turismo. O instrumento é constituído por cinco partes: a) Caracterização individual: dados pessoais, profissionais e formativos; b) Caracterização dos empreendimentos e; c) Percepção desses empreendedores sobre os eventuais apoios e/ou restrições das instituições regulativas, normativas e cognitivas para o desenvolvimento do turismo. Esse instrumento de pesquisa foi elaborado a partir de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a).

Esse instrumento foi produzido contendo uma lista de indagações que, respondidas, podem dar ao pesquisador as informações que ele pretende atingir. A construção do questionário considerou que tanto a extensão quanto o escopo deveriam ser limitados para evitar cansar o informante. A revisão da literatura e a experiência do pesquisador foram relevantes para a elaboração do questionário (RICHARDSON, 1999).

Visando a atender aos objetivos da pesquisa, foi realizada a coleta de dados primários e secundários.

Em relação aos dados primários foi realizado um pré-teste dos instrumentos de coleta de dados. Segundo Richardson (1999, p. 67), os principais objetivos do pré-teste são: (a) conseguir novas informações, por meio de discussão do assunto em questão, com os indivíduos entrevistados, (b) evitar os possíveis vieses contidos nas questões, (c) corrigir as possíveis falhas existentes quando da formulação das questões; (d) acrescentar novas questões ao instrumento; (e) possibilitar familiarização dos coletadores com os instrumentos; e (f) examinar, caso necessário, a capacidade e/ou experiência dos coletadores para efetuar nova seleção deles.

Então, os instrumentos foram revisados e, por não precisarem de nova testagem, foram elaborados de forma definitiva. Participaram do pré-teste empreendedores rurais que integram a feira ecológica da José Bonifácio - Porto Alegre, RS; empreendedores cujas propriedades são integrantes da Associação Porto Alegre Rural - Porto Alegre, RS; e empreendedor do município de Palmitinho (RS). O pré-teste foi aplicado em agosto de 2018, para que houvesse tempo suficiente para a posterior coleta e análise dos dados, e para a redação e conclusão do trabalho. Participaram do pré-teste oito (8) integrantes da Associação Porto Alegre Rural e um (1) empreendedor do município de Palmitinho - RS.

Após os respectivos agendamentos terem sido combinados, a pesquisadora se dirigiu aos empreendimentos nas datas agendadas. Ao chegar aos empreendimentos, inicialmente, a entrevistadora se apresentou e também apresentou o instrumento de pesquisa, se disponibilizou para esclarecer dúvidas e pediu a um representante de cada estabelecimento para que lesse, assinasse e colocasse a data da entrevista na página de apresentação da pesquisa. O instrumento composto por perguntas, entregues por escrito ao informante e às quais ele também poderia responder por escrito, podendo ser respondidas por um indivíduo em particular ou por um grupo de indivíduos que façam parte da gestão do empreendimento.

A aplicação do questionário ocorreu através de contato direto entre o próprio pesquisador e o entrevistado e, quando necessário, as informações obtidas foram complementadas por meio de contato telefônico, ou através de correio eletrônico. O contato direto reduz a possibilidade de os entrevistados não responderem ao questionário ou de deixarem algumas perguntas sem respostas. No contato direto que pode ser individual ou coletivo, o pesquisador pode explicar e discutir os objetivos da pesquisa e do questionário, responder dúvidas que os entrevistados tenham em certas perguntas (RICHARDSON, 1999). Nessa pesquisa, o contato ocorreu de forma direta, individual ou em grupo.

A totalidade de respondentes preferiu que a pesquisadora fizesse a leitura das perguntas e que a mesma anotasse as respostas e assim foi feito. A pesquisadora também anotou as impressões que teve ao longo das entrevistas e os comentários expressos pelos respondentes sobre suas experiências e vivências pessoais. Nesse sentido, o questionário precisa ser válido e fidedigno.

A partir dos registros feitos pela pesquisadora ao longo da aplicação do instrumento de pesquisa, foram reunidos pensamentos e frases que representavam os sentimentos dos respondentes ao longo das entrevistas. Para facilitar a visualização das palavras que mais se repetiram no discurso dos entrevistados foi utilizado o *Site Word Cloud Generator*<sup>11</sup> gratuito e que permite criar nuvens de palavras a partir de textos ou de lista de palavras, gerando imagens e/ou figuras que podem ser salvas no computador. Esse *software* faz a contagem das palavras e dispõe numa escala de tamanhos as palavras, da maior para a menor, conforme a frequência das mesmas. Dessa forma, as palavras em tamanhos maiores foram as mais repetidas pelos respondentes (figuras 8, 9 e 10).

A entrevista é uma técnica que permite o desenvolvimento de uma estreita relação entre as pessoas e, por definição, ela é uma comunicação bilateral. De um lado está a entrevista constituída por perguntas e respostas pré-formuladas a qual se denomina entrevista estruturada ou questionário. De outro lado está à entrevista não estruturada ou entrevista em profundidade que visa a obter do entrevistado o que ele considera serem os aspectos mais relevantes de determinado problema. Por meio de uma conversação guiada, pretendeu-se obter informações detalhadas que posteriormente foram utilizadas em uma análise qualitativa. Esse segundo tipo de entrevista procura

---

<sup>11</sup> Disponível em <<https://www.jasondavies.com/wordcloud/>>.

saber o que, como e por que algo ocorre, em vez de determinar frequência de certas ocorrências, nas quais o pesquisador acredita (RICHARDSON, 1999).

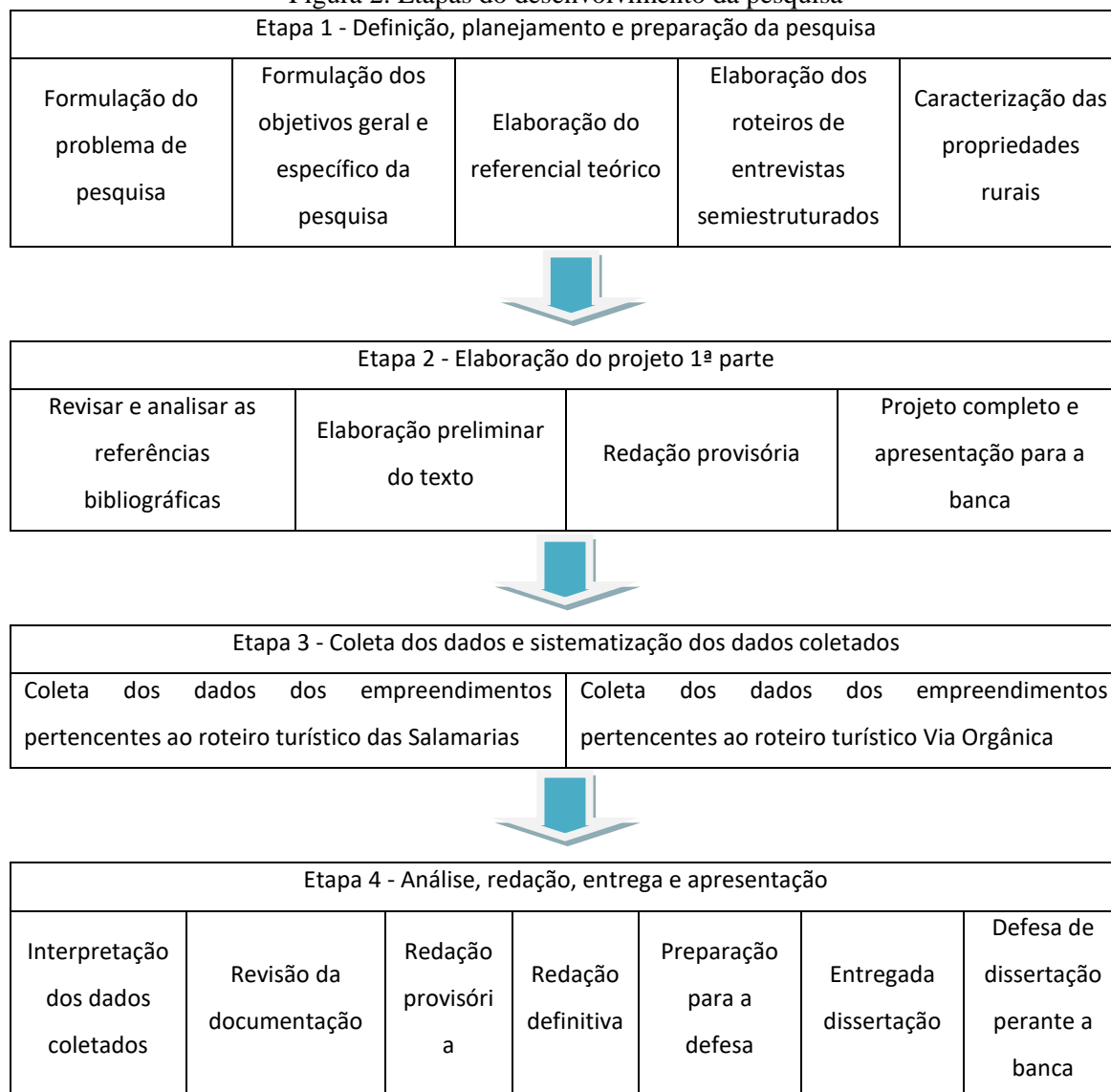
A coleta dos dados foi realizada nos meses de setembro e outubro de 2018, logo após a verificação do pré-teste. Essa coleta se deu por meio de um instrumento de pesquisa estruturado, tendo formulário próprio e estando acompanhado de termo de consentimento informado e esclarecido dos participantes referente ao questionário. Para tanto, o questionário foi aplicado a todos os empreendedores (proprietário (s) ou responsável pela propriedade) pertencentes aos dois roteiros turísticos e que aceitaram livremente participar da pesquisa. Foram inicialmente contatados por telefone para a apresentação da pesquisadora e para a sensibilização quanto à pertinência da pesquisa e a importância da participação dos mesmos. No momento seguinte ocorreu o agendamento para a aplicação do instrumento de pesquisa, seguido pela coleta dos dados que ocorreram preferencialmente de forma direta, através de diálogo interpessoal (pesquisadora e empreendedor) nas respectivas propriedades rurais. No dia da visita a propriedade foi solicitada autorização dos respondentes para usar as informações obtidas para fins acadêmicos. Apesar do tempo previsto para que se respondesse ao questionário ter sido de, aproximadamente, trinta (30) minutos conforme o tempo demandado pelos respondentes durante o pré-teste, as entrevistas demandaram tempos variados independente do roteiro.

Em síntese, em relação aos procedimentos metodológicos, o presente trabalho se valeu de uma análise quantitativa sobre as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições regulativas, normativas e cognitivas para o desenvolvimento do turismo. Foram calculadas as frequências e as médias aritméticas dos dados obtidos nas dimensões regulativa, normativa e cognitiva. Essas informações possibilitaram refletir se uma maior qualidade das estruturas regulativas para o empreendedorismo turístico em áreas rurais implica em maior atividade empreendedora nesse território; e se uma maior ênfase conferida pelas estruturas normativas ao empreendedorismo turístico baseado na qualidade de serviço em áreas rurais significa uma maior atividade empreendedora nesse território e, por último, se um maior desenvolvimento e a difusão de estruturas cognitivas que facilitam modelos de empreendedorismo turístico, baseados na qualidade de serviços em áreas rurais, representa maior atividade empreendedora nesse território.

Os procedimentos para a coleta de dados primários também ocorreram por meio de observações assistemáticas de campo e anotações em caderno.

Então, os dados obtidos foram digitados, armazenados e tabulados, para isso foi utilizado o pacote Office (Word, Excel e outros), foi empregada a estatística simples com frequência absoluta e médias aritméticas e a elaboração de tabelas e gráficos a partir dos dados coletados, cruzamento; análise, interpretação e avaliação dos resultados (JERÓNIMO, 2004; KAUARK, 2010; FURASTÉ, 2002). A Figura 2 busca sintetizar as principais etapas percorridas para o desenvolvimento desse trabalho.

Figura 2. Etapas do desenvolvimento da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O plano de pesquisa é o esqueleto da investigação. Permite obter respostas aos problemas de pesquisa e controlar os erros que podem ser produzidos por diferenças entre os sujeitos da pesquisa, pelos instrumentos utilizados ou pela influência do próprio

pesquisador. O plano de pesquisa inclui um resumo de todas as etapas da pesquisa (RICHARDSON, 1999).

**Etapa 1** - Definição, planejamento e preparação da pesquisa: é a etapa inicial do projeto de pesquisa, delimita-se a questão de pesquisa, a partir da qual é formulado o objetivo geral e os objetivos específicos que orientam a pesquisa. A seguir é realizado o referencial teórico buscando aporte teórico que dê sustentação aos objetivos estabelecidos.

**Etapa 2** - Elaboração do projeto 1ª parte: nessa etapa as referências são revisadas e analisadas; ocorre a elaboração preliminar do texto e a redação provisória do mesmo. O projeto é revisado, finalizado e apresentado para a banca.

**Etapa 3** - Coleta de dados e sistematização dos dados coletados: nessa etapa, os dados são coletados, digitalizados, armazenados e tabulados para posterior análise desses. A coleta de dados será realizada conforme os roteiros semiestruturados (Apêndice A, B, C, D e, E).

**Etapa 4** - Análise, redação, entrega e apresentação da dissertação: nessa etapa ocorre à interpretação dos dados obtidos a partir do estudo dos dezenove (19) empreendimentos examinados, a revisão da documentação, a redação provisória que será seguida pela redação definitiva, a preparação para a defesa, a entrega da dissertação e a defesa da dissertação perante a banca.

A análise dos dados foi realizada no período de outubro de 2018 a fevereiro de 2019. A redação desse trabalho ocorreu ao longo de 2018 e durante os meses de janeiro e fevereiro de 2019. A análise dos dados obtidos através da aplicação do instrumento de pesquisa presente nos Apêndices A, B, C, D e, E desse trabalho e que contempla perguntas formuladas a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas possuem o potencial de permitir uma maior compreensão da mudança organizacional. Essa mudança organizacional reflete na decisão de empreender, ou de não empreender, ou ainda do fechamento parcial do empreendimento.

## 2.3 CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS ONDE ESTÃO LOCALIZADOS OS ROTEIROS TURÍSTICOS

A presente seção apresenta a caracterização dos municípios de Marau e de Garibaldi respectivamente, conta sobre a formação dos mesmos, elencam os municípios limítrofes a cada qual, traz o tipo de produção oriunda da agricultura familiar, qual o clima de cada região e aspectos da geografia de uma e de outra localidade. Esses municípios abrigam os dois roteiros objetos desse estudo, as Salamarias e a Via Orgânica. Esses roteiros estão apresentados na subseção 3.2 aonde foram descritas as trajetórias do desenvolvimento dos mesmos, com ênfase no apoio e/ou restrições das instituições ao empreendedorismo nos roteiros.

Esses roteiros foram escolhidos em função do perfil empreendedor presente nestes e por se encontram em desenvolvimento; o acesso aos roteiros; a possibilidade de gerar conhecimento capaz de auxiliar na elucidação do problema de pesquisa que norteia essa dissertação e devido à presença de instituições relacionadas ao turismo.

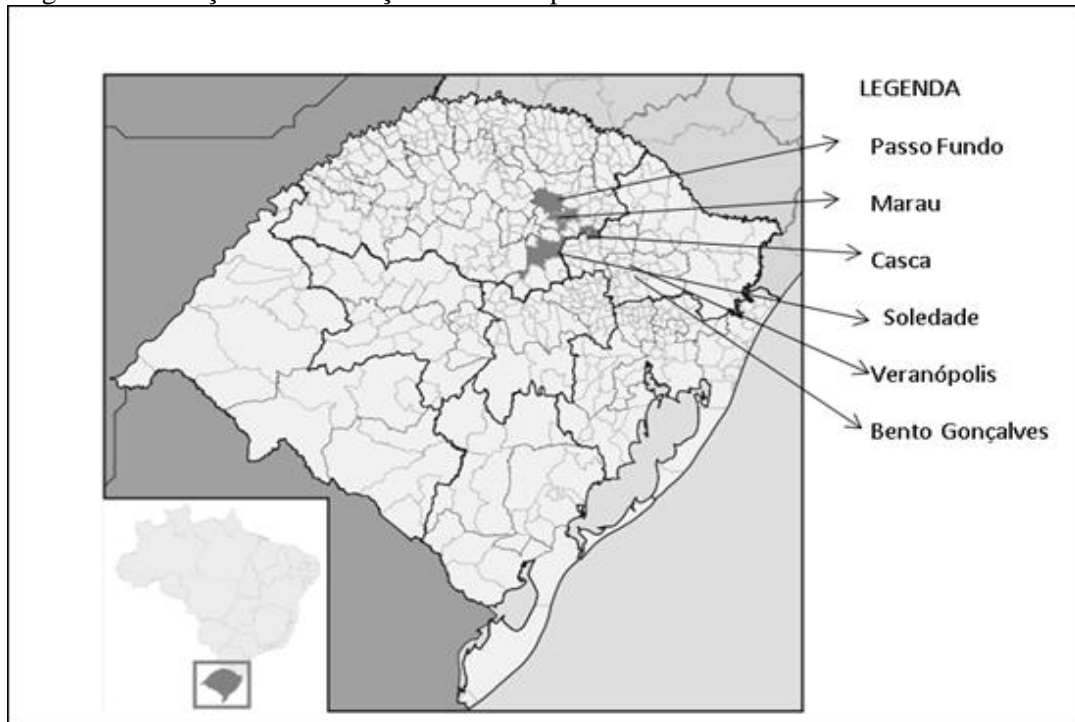
### 2.3.1 Município de Marau

O município de Marau foi colonizado principalmente por imigrantes italianos, dando origem a dois (2) núcleos populacionais, um denominado Tope e o outro de Marau. Este recebeu as primeiras famílias de imigrantes italianos por volta de 1904 (IBGE, 2018a). O município está localizado no norte do Estado, região do Planalto Médio, também conhecido como região da produção, pela forte produção de grãos. A cidade está localizada a 589 metros acima do nível do mar e distante 269 km da capital Porto Alegre (TRICHEZ, 2013).

A localidade foi elevada a categoria de município com a denominação de Marau, pela Lei Estadual nº 2.550, de 18-12-1954, tendo sido desmembrado de Passo Fundo e Guaporé. Contudo, o município só foi instalado em 25-02-1955, tendo uma área de mais de 649,300 km<sup>2</sup> e atualmente possuindo uma população superior a 36 mil habitantes conforme o censo de 2010 (IBGE, 2018a). A figura 3 traz a localização do Município de Marau em relação ao mapa do Estado do Rio Grande do Sul (TEDESCO, 2010).



Figura 3. Ilustração da localização do Município de Marau no Estado do Rio Grande do Sul



Fonte: Tedesco (2010).

Os municípios limítrofes com o município de Marau são: (a) ao norte - Passo Fundo e de Mato Castelhano, (b) ao sul - Vila Maria, Camargo e Soledade, (c) a leste - Gentil, (d) a sudoeste - Santo Antônio do Palma, (e) a oeste Nicolau Vergueiro, e (f) a noroeste - Ernestina. Possui clima temperado, com temperatura média de 18°, com extremos entre -4°C e 39°C. Possui extensas áreas de mata nativa bem preservada e localizada em áreas de relevo mais acidentado. O município possui abundância de recursos hídricos e seus principais rios são Capingui, Jacuí, Marau, Guaporé e também possui os arroios Sesteadas e Marauzinho (TRICHEZ, 2013).

Segundo dados da Prefeitura Municipal de Marau (2018c), cerca de 2.600 mil famílias vivem da agricultura familiar através da produção de grãos, leite, aves e suínos.

### 2.3.2 Município de Garibaldi

O então Presidente da Província do Rio Grande criou a colônia de Conde d'Eu em 1870 por meio de Decreto com o intuito de povoar o planalto serrano, onde mais tarde foi construído o município de Garibaldi. Esta colônia pertencia ao território de São João de Montenegro, elevado a categoria de município em 1873. Por volta de 1875 chegaram a Conde d'Eu uma leva de imigrantes, eram em torno de 40 famílias suíço-

francesas, esse foi o primeiro núcleo colonizador. Nos anos seguintes vieram outros colonizadores de origem italiana e, polonesa (LIMA, 1972).

O trecho ferroviário ligando o município de Carlos Barbosa ao de Garibaldi e que existe até os tempos atuais foi criado em 1918. Por volta de 1972, Garibaldi figurava como um dos municípios mais prósperos do Rio Grande do Sul (LIMA, 1972).

No início o Município possuía área de 354 Km<sup>2</sup>, tendo por limites os municípios de Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Farroupilha, Roca Sales, Estrela e Salvador do Sul. A cidade fica a 640 metros do nível do mar (LIMA, 1972).

O Censo Demográfico de 1970 registrou 20.939 habitantes, sendo que entre os anos de 1950 e 1970 a população urbana foi aumentando, ao passo que a população rural foi diminuindo. Desde essa época as vinhas da localidade eram afamadas pela produção de excelentes vinhos aguardentes de uva (LIMA, 1972).

A figura 4 traz a localização do município de Garibaldi em relação à Capital do estado do Rio Grande do Sul (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018b).

Figura 4. Ilustração da localização do município de Garibaldi no estado do Rio Grande do Sul



Fonte: Município de Garibaldi (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018b).

O município de Garibaldi foi criado em 1900 e possui uma área geográfica de 168,137 km<sup>2</sup>, com uma população de 30.689 habitantes conforme o censo de 2010 (IBGE, 2018b). Ele está localizado na Encosta Superior do Nordeste do Rio Grande do Sul, a 110 quilômetros de Porto Alegre (SCHERER et al, 2017).

O município pertence à 1ª Colônia da Imigração Italiana e integra a Região Uva e Vinho da Serra Gaúcha e o Vale dos Vinhedos. É reconhecido como a Capital Brasileira do Espumante devido ao pioneirismo e qualidade de seus vinhos e espumantes. A economia tem como base econômica a indústria, que responde por 65% de toda a economia do município e, a agricultura é impulsionada pelo turismo enogastronômico (SCHERER et al, 2017).

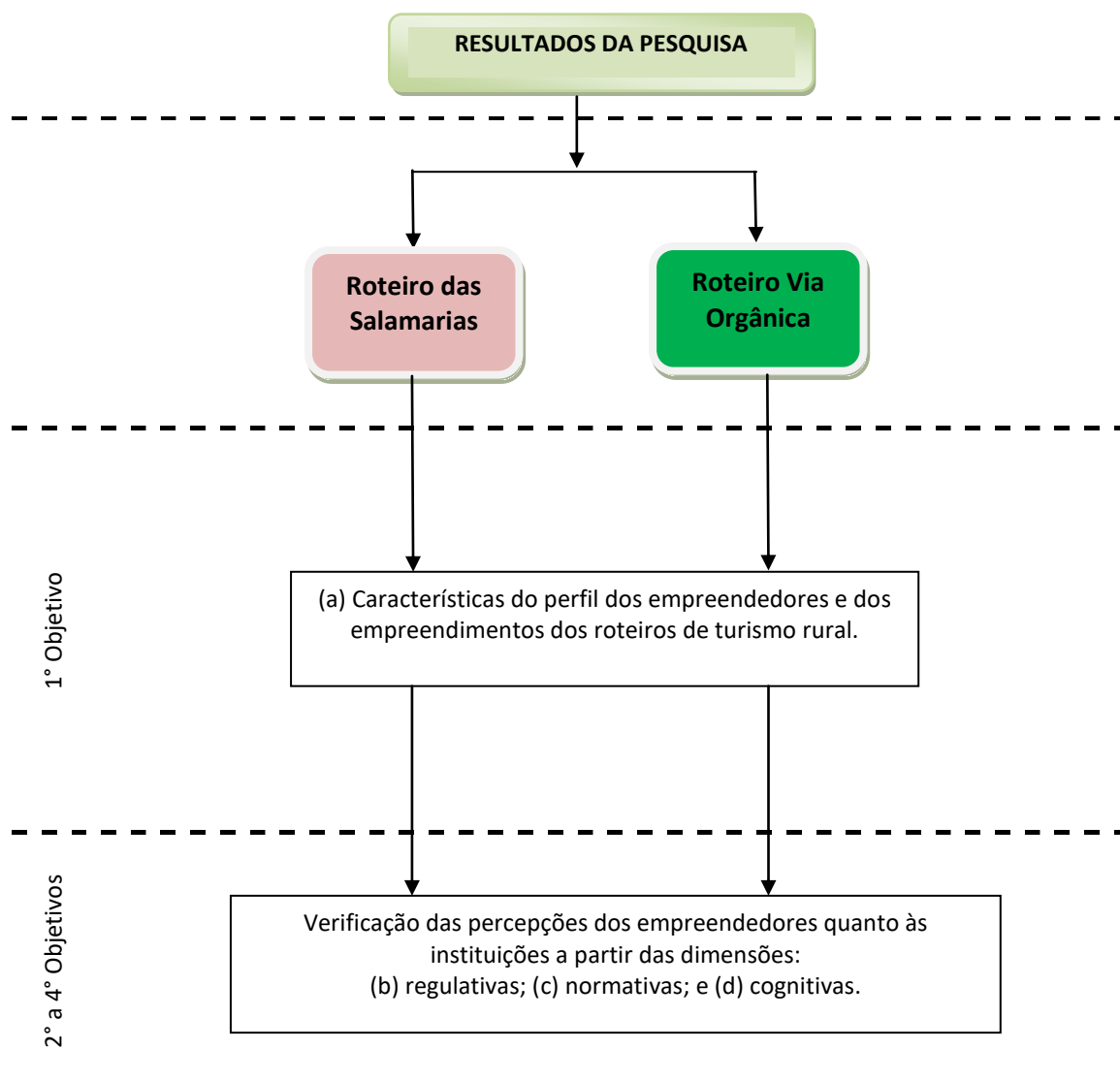
As potencialidades para desenvolver o turismo no município de Garibaldi já eram reconhecidas desde a década de 1970. O clima agradável, as belezas naturais e o rápido desenvolvimento da época faziam com que a localidade lembrasse algumas cidades de regiões montanhosas da Europa. Nesse período, os pontos turísticos em evidência eram: Montanha Esqui Hotel que contava com pistas artificiais para esquiação; Serra Turismo Garibaldi (SETURGA) que criou a Academia Brasileira de Esqui; Gruta do Araripe para onde se dirigiam romarias para visitar o santuário de Nossa Senhora de Lourdes; a Gruta da Garibaldina; Salto Araújo e Souza "*Malvessi*" com uma queda d'água de oitenta metros e de grande beleza; Campo de Golfe Montemaggiore bastante frequentado naquela época; Furnas Linha Soares; Parque Municipal Santa Mônica que possuía atrativos tais qual lago, pontes, bosques e restaurante que servia comida típica italiana e gaúcha; Matriz de São Pedro em estilo gótico e o Santuário de Nossa Senhora de Fátima; Mansão Mazini que nesse período já havia sido convertida na sede do turismo do Município (COMPUR), o local funcionava como um centro de informações turísticas; *Società Stella D'Italia*, prédio destinado a instalação do Museu e da Biblioteca Municipal; colégios São José e Santo Antônio; Cooperativa Vinícola Garibaldi; Champagnes Georges Aubert; Armando Peterlongo; Granja Pindorama; Hotel Casacurta que lembrava um castelo antigo dentre outros pontos turísticos da época (LIMA, 1972).

Em síntese, essa sessão apresentou os procedimentos metodológicos para que os objetivos dessa pesquisa fossem alcançados, caracterizou os Municípios que abrigam os dois roteiros da pesquisa, apresentou os objetos do estudo, explicou como se deu a coleta de dados e, por último, apresentou as etapas do desenvolvimento da pesquisa. O próximo capítulo apresenta a descrição e a análise dos resultados desse estudo.

### 3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse capítulo apresentam-se os resultados obtidos a partir da aplicação do questionário apresentado nos Apêndices A, B, C, D e, E, as discussões e análises referentes ao objeto de estudo da dissertação. Para tanto, o capítulo está estruturado em três seções e nove subseções, as quais contemplam, respectivamente, os quatro objetivos específicos propostos (figura 5).

Figura 5 - Esquema representativo de apresentação dos resultados da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A apresentação dos resultados está estruturada da seguinte forma: a seção 3.1 faz uma descrição das trajetórias do desenvolvimento dos roteiros com ênfase no apoio e/ou restrições das instituições ao empreendedorismo nos respectivos roteiros.

Na sequência, na seção 3.2 estão apresentadas as características do perfil dos empreendedores e dos empreendimentos dos roteiros Salamarias e da Via Orgânica, respectivamente.

Por fim, na seção 3.3 estão apresentadas e analisadas as percepções dos empreendedores de ambos os roteiros, separadamente, quanto às instituições a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas.

### 3.1 DESCRIÇÃO DAS TRAJETÓRIAS DO DESENVOLVIMENTO DOS ROTEIROS COM ÊNFASE NO APOIO E/OU RESTRIÇÕES DAS INSTITUIÇÕES AO EMPREENDEDORISMO NOS ROTEIROS

As trajetórias do desenvolvimento dos roteiros foram construídas a partir de dados e informações obtidas durante a aplicação dos questionários; e com base na bibliografia consultada.

#### **3.1.1 Roteiro das Salamarias**

O roteiro das Salamarias perfaz 13 km, predominantemente, no meio rural e coloca Marau como uma das maiores produtoras de salame da América Latina e a segunda maior de leite do estado (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2019). Para um maior entendimento sobre o processo de fomento ao empreendedorismo no turismo pelo município de Marau ao longo da sua história foram reunidas as principais iniciativas por parte do Poder Público municipal a esse setor (apêndice H).

Um pouco mais de dez anos da instalação do município começaram a surgir às primeiras ações do Poder Público municipal voltadas ao empreendedorismo, por exemplo, a Lei Nº 372, de 14 de setembro de 1967 que criou o Conselho Comunitário de Marau (CCM), cujo Artigo 5º previa as competências do Departamento Econômico e Administrativo. Uma das atribuições desse Conselho era a de estudar e promover medidas para o desenvolvimento econômico do Município. Nesse contexto, o Artigo 8º definia as competências do Departamento de Turismo e Urbanização, dentre as quais: (a) coordenar e promover atividades, visando ao fomento ao turismo e; (b) assessorar o Poder Público no estabelecimento da Política de atração turística do Município (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2019).

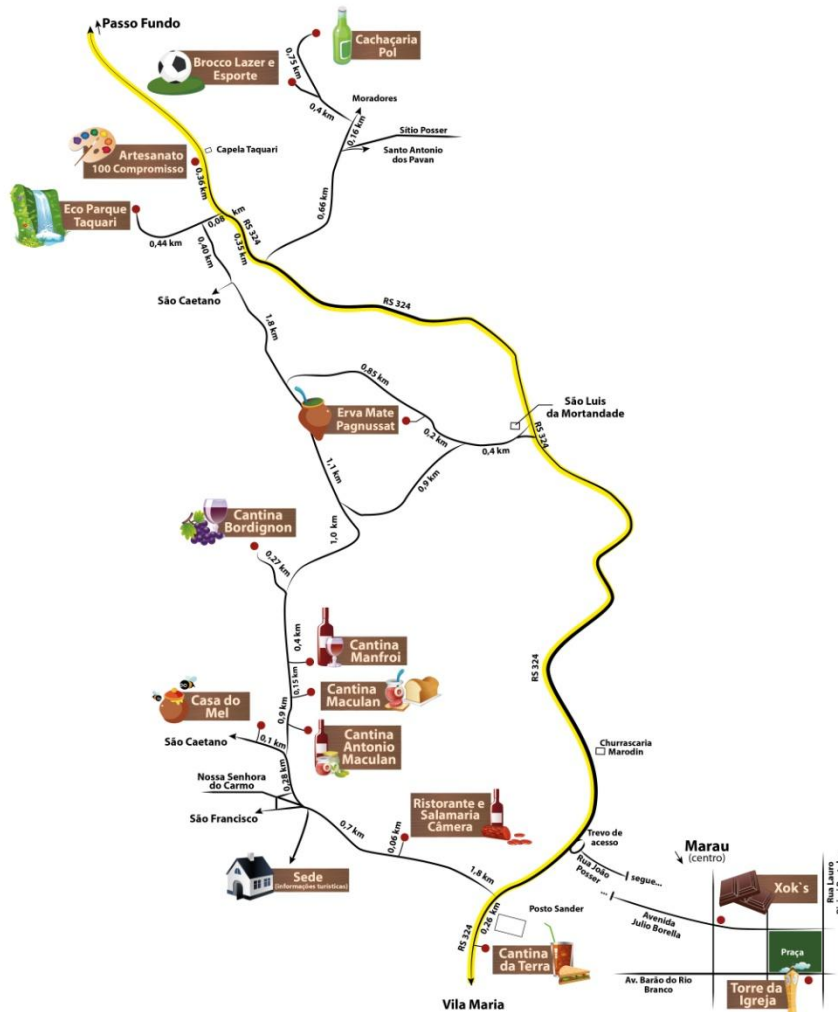
Ao longo dos anos seguintes houve diversas ações promovidas pelo Poder Público municipal e voltadas ao empreendedorismo no turismo, por exemplo, a Lei Nº 2535, de 18 de março de 1997 que firmou Termo de Cooperação Técnica entre o Poder Executivo e a Universidade de Passo Fundo. A finalidade foi propiciar aos empreendedores do Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER/RS) orientação, capacitação e assistência técnica voltada a projetos econômicos. Posteriormente, houve ações visando à criação do Conselho Municipal de Turismo e Cultura (1999); celebração de convênio de repasse de recursos para a Associação de Turismo da Serra Nordeste com sede em Bento Gonçalves (ATUASERRA), que visava ao desenvolvimento de políticas conjuntas voltadas à exploração do turismo (2002). No ano de 2005 essa Associação era formada pelo conjunto de vinte e dois municípios da região (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2019).

Outras iniciativas foram sendo realizadas, por exemplo, em 2005: o Poder Público criou o Conselho Municipal de Turismo através de ato normativo; em 2011 o Poder Executivo firmou Convênio com a Associação Rota das Salamarias para fins de manutenção do centro de informações turísticas, bem como a cessão de uso de imóveis e equipamentos do Município; e em 2014 foi estabelecida a definição das atividades de turismo rural no município de Marau. Nos anos futuros vieram outros incentivos por parte do Poder Público municipal ao roteiro das Salamarias, por exemplo, repasses de recursos. Em 2013, em 2014, 2016, 2017, e 2018 foram autorizados repasses anuais de até R\$ 150 mil reais para a realização do V; VI; VIII e; IX Festival Nacional do Salame de Marau, respectivamente (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2019).

Nesse contexto, o fomento ao empreendedorismo tem se mantido através de incentivos a empresas Marauenses por meio do Programa Empreender e Crescer (2018), dentre outras iniciativas (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2019).

A figura 6 (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2018d) apresenta a ilustração do roteiro das Salamarias, localizado no município de Marau e objeto de estudo desse trabalho.

Figura 6. Ilustração do Roteiro das Salamarias, Marau, Rio Grande do Sul



Fonte: Roteiro das Salamarias (PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU, 2018d).

O roteiro das Salamarias já foi objeto de estudos, a exemplo de Faoro (2017), Trichez (2013), e Marodin (2011). Em junho de 2008 através da união de 12 famílias que buscavam explorar o potencial turístico no meio rural nas comunidades de Nossa Senhora do Carmo, São Luiz da Mortandade e Taquari foi criada a Associação Rota das Salamarias. O objetivo dessa Associação sem fins lucrativos é desenvolver, estruturar, organizar e divulgar o turismo no meio rural (PADILHA et al, 2016, p. 176). O roteiro das Salamarias recebeu esse nome por conta da tradição da produção de salame em Marau (MARODIN, 2011). Conforme Faoro (2017), o roteiro das Salamarias está em desenvolvimento e contribuiu para o crescimento socioeconômico da região, sendo que

o mesmo é composto por oito (8) atrativos turísticos localizados, predominantemente, no meio rural (BAVARESCO, 2017; FAORO, 2017; MARODIN, 2011), apesar de no *Site* do Município constar treze (13) estabelecimentos pertencentes a esse roteiro<sup>12</sup>. Contudo, atualmente, somente oito (8) empreendimentos estão ativos. Um dos empreendimentos fechou por interesse do proprietário, porém segue constando do *Folder* informativo do roteiro. Também permanece a infraestrutura do empreendimento com logotipo e, não consta nenhum aviso no local sobre o não funcionamento do mesmo.

Foi relatado que a Associação foi fundada no empreendimento *Casa Camera Ristorante* e que o grande incentivador para a criação do roteiro foi o professor Luiz Ernesto Brambatti (UFPR). Alguns dos benefícios apontados pelos empreendedores do roteiro é a renda complementar e a agregação de valor aos produtos. Também foi mencionada a orientação técnica que eles têm recebido conforme a necessidade dos empreendimentos, dentre as quais, está plano de marketing, estudo de viabilidade econômico-financeira, assessoramento de biólogo, de engenheiro e arquiteto. Um dos empreendedores beneficiados pela assistência técnica comentou que focou mais a atividade de turismo. Restringindo o empreendimento à comercialização e desenvolvimento de produtos diferenciados, e delegando a vizinhos a parte de gastronomia, pois se deu conta de que não estava mantendo a qualidade desejada no atendimento aos clientes, principalmente devido ao excesso de trabalho.

O Poder Público municipal em conjunto com o Sebrae são referidos como incentivadores do empreendedorismo, principalmente através de ações voltadas a capacitação, divulgação do roteiro, ao planejamento dos empreendimentos, ao auxílio na criação de uma identidade para os produtos e na orientação para a definição e foco quanto ao produto e serviço a serem ofertados. Nessa direção, foram indicados como organizações que apoiam os empreendedores a Emater, o sindicato rural, SENAC, SENAR e a Secretaria do Turismo. Entretanto, houve relatos de que boa parte dos cursos é ofertada durante o período diurno e ao longo da semana. Isso dificulta a participação dos empreendedores que referiram preferir a oferta de cursos no período noturno.

Um empreendedor relatou que a atividade dele beneficia mais de cem (100) famílias da região e ressaltou a importância do auxílio recebido do Sebrae, seja na

---

<sup>12</sup> Fonte: <<http://www.pmmarau.com.br/conheca-marau/rota-das-salamarias>>. Acesso em 15 jun 2018.



definição da própria atividade, quanto na criação de infraestrutura adequada ao serviço prestado e aos produtos comercializados no empreendimento. E afirmou já estar preparando o sucessor para a gestão do empreendimento familiar. Porém, outros empreendedores afirmaram ainda não estar preparando o sucessor para a gestão do empreendimento e que essa ocorre exclusivamente pelo casal, sem a participação de outros membros da família.

Nesse mesmo sentido, foi mencionado o apoio recebido pelo roteiro tanto para a divulgação do mesmo, quanto para auxílio financeiro. Contudo, foi dito que com o tempo o apoio tem diminuído. Foi mencionada a linha de crédito do Pronaf Mulher do Banco do Brasil.

Os maiores emissores de turistas para o roteiro das Salamarias são oriundos do Município de Passo Fundo, em torno de 50%; de Marau (10%) e, de outras localidades (40%) conforme informações dadas pelos empreendedores. Ainda segundo eles, o turista busca a gastronomia.

Houve queixa quanto à burocracia, por essa atrapalhar o empreendedorismo; do excesso de normas que dificulta o empreendedorismo e; também de que a atuação do Poder Público deveria ser menos lenta e mais voltada ao turista, através de melhorias nos acessos aos empreendimentos. Atualmente, a maior parte do percurso do roteiro é dito chão batido com muitos buracos, o que dificulta a atividade de turismo. Foi expresso o desejo de cascalho e pós de brita para os acessos. Ainda segundo empreendedores há a necessidade de estradas boas ou o cliente virá uma vez e não retornará mais.

Os empreendedores também comentaram que a falta de legislação municipal específica para o turismo desenvolvido no roteiro dificulta o empreendedorismo no turismo e, que por outro lado, o excesso de legislação não específica aumenta a burocracia dificultando também a atividade dos empreendimentos.

### **3.1.2 Roteiro Via Orgânica**

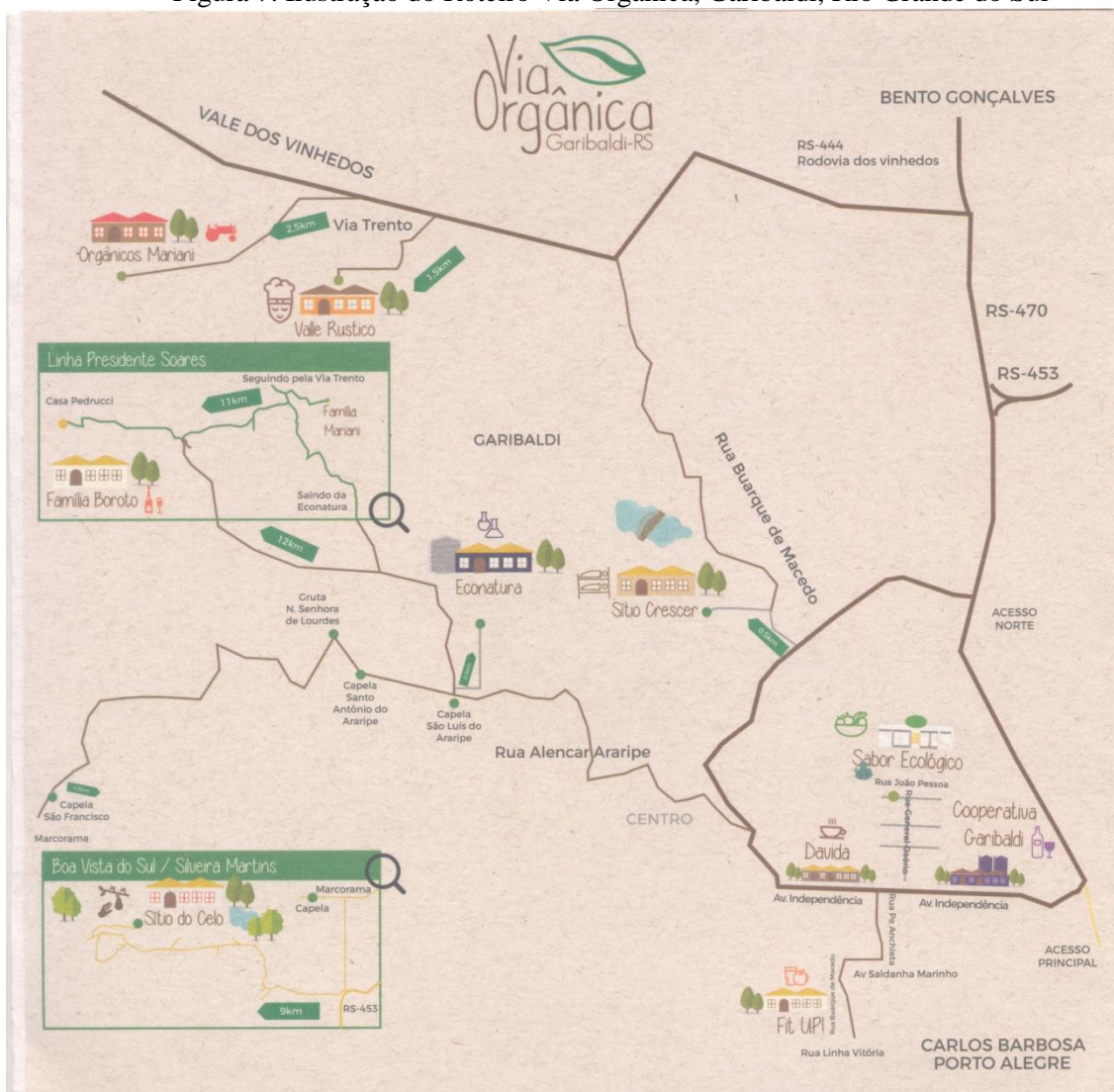
O roteiro Via Orgânica<sup>13</sup> desenvolvido parcialmente na área rural do município de Garibaldi é fruto de um projeto iniciado no ano de 2014, quando foi criada a Comunidade do Alimento do *Convivium Slow Food* Primeira Colônia Italiana, dando

---

<sup>13</sup> Fonte: < <http://www.turismo.rs.gov.br/roteiro/211/via-organica>>. Acesso em 15 jun 2018.

início ao processo de qualificação para o serviço turístico (SCHERER et al, 2017). A figura 7 apresenta a ilustração do roteiro Via Orgânica, localizado no município de Garibaldi e objeto de estudo desse trabalho.

Figura 7. Ilustração do Roteiro Via Orgânica, Garibaldi, Rio Grande do Sul



Fonte: Elaborado pela autora a partir do *folder* do Roteiro de Garibaldi (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018b).

O roteiro Via Orgânica, apesar de recente, já tem atraído o interesse de pesquisadores, estando divulgado em publicações acadêmicas. Conforme Fagundes; Schreiber; Ashton (2018), Scherer et al (2017), e Gavioli; Bastos (2017) o roteiro Via Orgânica foi lançado em outubro de 2016, sendo um dos primeiros roteiros do Brasil formado por propriedades orgânicas certificadas. Segundo Scherer et al (2017), e Gavioli; Bastos (2017) a cultura do alimento orgânico tem sido difundido no município de Garibaldi, contando com o incentivo da Secretaria de Turismo da cidade a Via

Orgânica busca reforçar o conceito do alimento bom, justo e limpo. Ao todo, dez (10) empreendimentos integram o roteiro, com o propósito de valorizar o cultivo orgânico e de abrir seus espaços para receber turistas (SCHERER et al, 2017; GAVIOLI; BASTOS, 2017).

Os dez (10) empreendimentos integrantes do roteiro possuem propriedade e produtos certificados como orgânico (SCHERER et al, 2017). Esse roteiro possui sinalização turística, indicando os caminhos e os empreendimentos. Essa sinalização possui marca do respectivo roteiro, constituindo uma identidade visual do roteiro Via Orgânica, podendo ser entendida como uma ação de promoção e apoio a comercialização que visa a facilitar o impulso da imagem do produto turístico junto ao mercado consumidor (SCHERER et al, 2017).

A formatação da Via Orgânica se desenvolveu a partir das ações constantes do Quadro 5.

Quadro 5. Formatação do Roteiro da Via Orgânica

Etapas da formatação do roteiro	
1	Prospecção de trabalho com lideranças e produtores de agroecológicos de Garibaldi e diagnóstico de 16 propriedades com indicação de oportunidades e melhorias necessárias;
2	Reunião com grupo de agronegócios para apresentação de sugestões e montagem de plano de ação conjunto;
3	Visitas técnicas internas (o grupo visitou todos os empreendimentos uns dos outros);
4	Reunião para definição dos empreendedores integrantes do roteiro turístico; calendário de reuniões mensais; calendário de ações. Construção de um Plano de Trabalho global e definição de capacitações;
5	Mapeamento de todas as propriedades (localização e distâncias);
6	Criação de tabela com ofertas e atrativos por empreendimentos;
7	Reunião para avaliação do roteiro e preparação do lançamento. Definição do nome do roteiro;
8	Visitas internas para análise e avaliação de proposições;
9	Realização de curso de comercialização para os empreendimentos;
10	Revisão de textos para material promocional e de convites;
11	Reunião para montagem de detalhamento para lançamento;
12	Lançamento do roteiro, com dez (10) empreendimentos, em 18 de outubro de 2016.

Fonte: Elaborado pela autora (2018) a partir de informações obtidas junto ao Município.

O objetivo do roteiro é "*Ter uma rota turística voltada à produção orgânica certificada, que ofereça produtos e serviços de vivências e práticas naturais, orgânicas e ecológicas.*" (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018). O roteiro nasceu

de ações promovidas pelo Poder Público com o apoio do Sebrae junto aos empreendedores pertencentes ao roteiro.

No início da trajetória havia certa desconfiança por parte da comunidade em relação ao roteiro e também o receio dos empreendedores de que o turismo levaria a excesso de trabalho.

Diversos empreendedores citaram que tem bastante fomento da Prefeitura, sendo essa uma grande incentivadora, principalmente na divulgação e acompanhamento do roteiro, havendo reuniões mensais voltadas ao empreendedorismo no turismo. Nesse sentido, também foi referido o apoio e a atuação do Município como um fator que facilita a consolidação das empresas no turismo.

A atuação do Poder Público, por exemplo, a Secretaria do Turismo, é tida como um fator que facilita e estimula o empreendedorismo no turismo. Através de ações promovidas pelo Poder Público houve a possibilidade de empreendedores conhecerem outros roteiros de turismo e também grandes empreendimentos voltados à comercialização de produtos orgânicos situados em outras unidades da federação. Nessa direção, outros benefícios foram citados, por exemplo, a melhoria de infraestrutura e a sinalização do roteiro.

A Prefeitura também foi apontada como responsável pela divulgação do roteiro entre a comunidade, para que os munícipes estejam mais bem preparados para informar e auxiliar os turistas.

A última atividade de 2018 foi a "Tour na Rota". Foram dois dias dedicados para que a comunidade conhecesse a Via Orgânica, com transporte e degustação inclusos e, com inscrições e informações obtidas junto a Secretaria de Turismo e Cultura do Município (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018).

O Sebrae, por meio da Prefeitura, tem auxiliado os empreendedores e é sistematicamente citado como grande apoiador para o desenvolvimento do roteiro. Nessa direção, foi mencionada a oferta de cursos voltados ao turismo e ao atendimento. Também advém dessas iniciativas o incentivo ao estabelecimento de parcerias com hotéis da região para a inclusão do roteiro dentre as ofertas de lazer da rede hoteleira.

A criação do roteiro foi apontada como responsável pela geração de renda complementar, possibilitando a criação de vínculo com o consumidor e, que o mesmo é bem visto por toda a região. Sendo assim, tal organização - por meio de Regimento interno e também da orientação do Sebrae - levou a autofiscalização visando assegurar a

qualidade dos produtos e serviços prestados pelos empreendimentos do roteiro e, dessa forma, manter a imagem alcançada pela Via Orgânica.

Para um maior entendimento sobre o processo de fomento ao empreendedorismo no turismo pelo município de Garibaldi ao longo da sua história foram reunidas as principais iniciativas por parte do Poder Público municipal a esse setor (apêndice I).

O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) foi criado 57 anos após a instauração do Município, através da Lei Nº 520 de 28 de dezembro de 1957. Ele tinha por objetivo atuar como órgão normativo, consultivo, de assessoramento e fiscalizador, destinado a orientar, promover e garantir o aprimoramento das diretrizes e objetivos do desenvolvimento do turismo no Município. Passados dez anos, por meio da Lei Nº 948 de 14 de setembro de 1967, foi concedida isenção de impostos a hotéis que atendessem as condições estabelecidas pelo Conselho Nacional de Turismo pelo prazo de dez anos. Mais tarde, em 1987, foi sancionada a Lei Nº 1872 que definiu as atividades turísticas como de interesse prioritário para o Município. No ano seguinte foi celebrado acordo com a Fundação de Cultura e Turismo de Garibaldi visando a estabelecer condições de cooperação recíproca para a implantação do projeto turístico do Município (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2019).

Então, passados cinco anos, foi firmado convênio que de um lado abrigava os municípios de Garibaldi, Bento Gonçalves e Carlos Barbosa e, de outro, a Rede Ferroviária Federal S/A, visando à implantação do passeio turístico da Maria Fumaça. Nesse mesmo ano, o Município foi autorizado pelo Executivo Municipal a filiar-se Associação de Turismo da Serra Nordeste (ATUASERRA). Contudo, Garibaldi só firmou convênio com ATUASERRA em fevereiro de 2006. Esse convênio previa o desenvolvimento de ações conjuntas com a finalidade de planejar o turismo sustentável no Município e região, através de organização e participação de eventos, projetos de desenvolvimento do turismo local e regional, ações de acesso ao mercado, especialização e conhecimentos técnicos que possibilitassem a sustentabilidade cultural, patrimonial e ambiental; estabelecer parcerias com entidades e órgãos financiadores de projetos que atendessem às peculiaridades da comunidade; coordenar ações que desenvolvessem o espírito de cooperação e a formação de redes locais e outras atividades decorrentes da atividade do turismo cultural dentre outras. Integravam a ATUASERRA os municípios de Antônio Prado, Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Casca, Marau, Garibaldi, Caxias do Sul, Cotiporã, Fagundes Varela, Farroupilha, Flores da Cunha, Guaporé, Monte Belo do Sul, Nova Pádua, Nova Prata, Nova Roma do Sul,

Protásio Alves, Santa Tereza, São Marcos, Veranópolis, Vila Flores e Vila Maria (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2019).

Em 2013 foi instituída a Política do Turismo no Município de Garibaldi por meio da Lei Nº 4535 de 18 de dezembro de 2013. E, em 2017, um representante do roteiro Via Orgânica passou a compor o Conselho Municipal de Turismo. No ano seguinte, foi firmado Termo de Convênio entre o Município de Garibaldi, a Cooperativa Vinícola Garibaldi e a Associação dos Condutores de Turismo de Garibaldi (CONDETUR) para garantir a manutenção do Centro de Informações Turísticas (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2019).

Apresentadas as trajetórias do desenvolvimento dos roteiros com ênfase no apoio e/ou restrições das instituições ao empreendedorismo nos roteiros, a próxima seção se deteve em apresentar o perfil dos empreendedores e dos empreendimentos.

## 3.2 CARACTERÍSTICAS DO PERFIL DOS EMPREENDEDORES E DOS EMPREENDIMENTOS

Inicialmente estão apresentadas as características dos empreendedores pertencentes ao roteiro das Salamarias e, na sequência, as características dos empreendedores pertencentes ao roteiro Via Orgânica.

### 3.2.1 Perfil dos Empreendedores - Roteiro das Salamarias

Esse roteiro apresenta oito (8) empreendimentos familiares que, no conjunto, contam com vinte e uma (21) pessoas envolvidas no processo de gestão. Esse conjunto é formado por esposas, maridos, filhos, noras, e genros. As características desses indivíduos estão apresentadas na tabela 1.

Ao examinar esses dados é possível identificar que o gestor com mais idade tem setenta e seis (76) anos, sendo do sexo masculino e o mais jovem possui vinte e um (21) anos, sendo do sexo masculino.

Do total de gestores pesquisados nesse roteiro, tem-se que nove são do sexo feminino (42,86%) e doze (12) são do sexo masculino (57,14%).

Tabela 1 - Perfil dos empreendedores do Roteiro das Salamarias  
**Dados Proprietários**

Frequências					
		Sexo			
		F		M	
		9		12	
		42,86%		57,14%	
		%		%	
<b>Idade (em anos)</b>	<b>até 20</b>	0	0,00	0	0,00
	<b>&gt; 20 até 40</b>	4	44,44	5	41,67
	<b>&gt; 40 até 65</b>	4	44,44	6	50,00
	<b>&gt; 65</b>	1	11,11	1	8,33
	<b>Total</b>	9	100,00	12	100,00
<b>Escolaridade</b>	<b>1º</b>	5	55,56	8	66,67
	<b>2º</b>	0	0,00	4	33,33
	<b>3º</b>	4	44,44	0	0,00
	<b>Total</b>	9	100,00	12	100,00
<b>Experiência em Gestão</b>	<b>Média</b>	9	100,00	11	91,67
	<b>Muita</b>	0	0,00	1	8,33
	<b>Total</b>	9	100,00	12	100,00
<b>Horas semana TR</b>	<b>até 2</b>	5	55,56	5	41,67
	<b>&gt; 2 até 4</b>	1	11,11	1	8,33
	<b>&gt; 4 até 8</b>	2	22,22	3	25,00
	<b>&gt; 8</b>	1	11,11	3	25,00
	<b>Total</b>	9	100,00	12	100,00
<b>Horas diárias agricultura</b>	<b>0</b>	3	33,33	3	25,00
	<b>até 2</b>	3	33,33	3	25,00
	<b>&gt; 2 até 4</b>	0	0,00	1	8,33
	<b>&gt; 4 até 8</b>	1	11,11	1	8,33
	<b>&gt; 8</b>	2	22,22	4	33,33
	<b>Total</b>	9	100,00	12	100,00

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

As gestoras apresentam as seguintes características: (a) em relação à idade, tem-se que quatro (4) gestoras estão na faixa entre vinte (20) e quarenta (40) anos, representando 44,44% do total das gestoras. Esse mesmo percentual foi encontrado para a faixa maior de quarenta (40) anos até sessenta e cinco (65) anos; (b) quanto à escolaridade, tem-se que cinco (5) gestoras possuem o primeiro grau (55,56%) e quatro (4) possuem o terceiro grau (44,44%); (c) cem por cento (100%) das gestoras consideraram ter média experiência em gestão; (d) considerando as horas semanais

dedicadas ao turismo, tem-se que cinco (5) gestoras dedicam até duas (2) horas a essa atividade (55,56%), duas (2) gestoras dedicam entre quatro (4) até oito (8) horas e as outras duas, uma dedica entre duas (2) e até quatro (4) horas e a outra trabalha mais do que oito (8) horas com o turismo e; (e) com relação às horas diárias dedicadas a agricultura, tem-se que três (3) gestoras não participam da atividade agrícola, outras três (3) dedicam menos de duas (2) horas e, três (3) gestoras dedicam mais de quatro (4) horas para essa atividade (33,33%).

Os gestores apresentam as seguintes características: (a) em relação à idade, tem-se que cinco (5) gestores estão na faixa entre vinte (20) e quarenta (40) anos, representando 41,67% do total de gestores. Ainda é possível observar que seis (6) gestores estão na faixa maior de quarenta (40) anos até sessenta e cinco (65) anos (50%); (b) quanto à escolaridade, tem-se que oito (8) gestores possuem o primeiro grau (66,67%) e quatro (4) possuem o ensino médio (33,33%); (c) onze (11) gestores consideraram ter média experiência em gestão (91,67%); (d) considerando as horas semanais dedicadas ao turismo, tem-se que cinco (5) gestores dedicam até duas (2) horas a essa atividade (41,67%) e, seis (6) gestores dedicam mais de quatro (4) horas ao turismo (50%) e; (e) com relação às horas diárias dedicadas a agricultura, tem-se que três (3) gestores não participam da atividade agrícola, outros três (3) dedicam menos de duas (2) horas e, cinco (5) gestores dedicam mais de quatro (4) horas para essa atividade (41,66%).

### **3.2.2 Perfil dos Empreendedores - Roteiro Via Orgânica**

Esse roteiro apresenta dez (10) empreendimentos familiares ou cooperativos. Contudo, somente nove (9) empreendimentos aceitaram participar da pesquisa, sendo que, no conjunto, contam com vinte e três (23) pessoas envolvidas no processo de gestão. Esse conjunto é formado por esposas, maridos, filhos, noras, genros, sobrinhos, sócios sem parentesco, e gestor formalmente contratado. As características desses indivíduos estão apresentadas na tabela 2.

Ao examinar esses dados é possível identificar que o gestor com mais idade tem setenta e um (71) anos, sendo do sexo masculino e o mais jovem possui quinze (15) anos, sendo do sexo feminino.

Do total de gestores pesquisados nesse roteiro, tem-se que onze são do sexo feminino (47,83%) e doze (12) são do sexo masculino (52,17%).



Tabela 2 - Perfil dos empreendedores do Roteiro Via Orgânica

<b>Dados Proprietários</b>					
<b>Frequências</b>					
		<b>Sexo</b>			
		<b>F</b>		<b>M</b>	
		<b>11</b>		<b>12</b>	
		<b>47,83%</b>		<b>52,17%</b>	
		%		%	
<b>Idade (em anos)</b>	<b>até 20</b>	1	9,09	1	8,33
	<b>&gt; 20 até 40</b>	7	63,64	7	58,33
	<b>&gt; 40 até 65</b>	2	18,18	3	25,00
	<b>&gt; 65</b>	1	9,09	1	8,33
	<b>Total</b>	11	100,00	12	100,00
<b>Escolaridade</b>	<b>1°</b>	1	9,09	0	0,00
	<b>2°</b>	1	9,09	4	33,33
	<b>3°</b>	9	81,82	8	66,67
	<b>Total</b>	11	100,00	12	100,00
<b>Experiência em Gestão</b>	<b>Média</b>	8	72,73	9	75,00
	<b>Muita</b>	3	27,27	3	25,00
	<b>Total</b>	11	100,00	12	100,00
<b>Horas semana TR</b>	<b>até 2</b>	7	63,64	8	66,67
	<b>&gt; 2 até 4</b>	2	18,18	4	33,33
	<b>&gt; 4 até 8</b>	2	18,18	0	0,00
	<b>&gt; 8</b>	0	0,00	0	0,00
	<b>Total</b>	11	100,00	12	100,00
<b>Horas diárias agricultura</b>	<b>0</b>	7	63,64	5	41,67
	<b>até 2</b>	3	27,27	1	8,33
	<b>&gt; 2 até 4</b>	0	0,00	1	8,33
	<b>&gt; 4 até 8</b>	1	9,09	3	25,00
	<b>&gt; 8</b>	0	0,00	2	16,67
	<b>Total</b>	11	100,00	12	100,00

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

As gestoras apresentam as seguintes características: (a) em relação à idade, tem-se que sete (7) gestoras estão na faixa entre vinte (20) e quarenta (40) anos, representando 63,64% do total das gestoras. Outras três (3) gestoras têm mais de quarenta (40) anos (27,27%); (b) quanto à escolaridade, tem-se que uma (1) gestora possui o primeiro grau, outra possui o ensino médio e nove (9) gestoras possuem o terceiro grau completo (81,82%); (c) oito (8) gestoras consideraram ter média experiência em gestão (72,73) e três (3) dizem ter muita experiência em gestão (27,27%); (d) considerando as horas semanais dedicadas ao turismo, tem-se que sete (7)

gestoras dedicam até duas (2) horas a essa atividade (63,64%), duas (2) gestoras dedicam entre duas (2) horas até quatro (4) horas ao turismo (18,18%) e, duas (2) gestoras trabalham entre quatro (4) até oito (8) horas com o turismo (18,18%) e; (e) com relação às horas diárias dedicadas a agricultura, tem-se que sete (7) gestoras não participam da atividade agrícola (63,67%), outras três (3) dedicam menos de duas (2) horas (27,27%) e, uma (1) gestora dedica mais de quatro (4) horas para essa atividade (9,09%).

Os gestores apresentam as seguintes características: (a) em relação à idade, tem-se que oito (8) gestores têm menos de quarenta (40) anos, representando 66,66% do total de gestores. Ainda é possível observar que três (3) gestores estão na faixa maior de quarenta (40) anos até sessenta e cinco (65) anos (25%); (b) quanto à escolaridade, tem-se que quatro (4) gestores possuem o ensino médio (33,33%) e oito (8) possuem o terceiro grau (66,67%); (c) nove (9) gestores consideraram ter média experiência em gestão (75%) e três (3) informam ter muita experiência em gestão (25%) e; (d) considerando as horas semanais dedicadas ao turismo, tem-se que oito (8) gestores dedicam até duas (2) horas a essa atividade (66,67%) e, quatro (4) gestores dedicam entre duas (2) e quatro (4) horas ao turismo (33,33%) e; (e) com relação às horas diárias dedicadas a agricultura, tem-se que cinco (5) gestores não participam da atividade agrícola (41,67%), um (1) dedica menos de duas (2) horas (8,33%), outro dedica entre duas (2) até quatro (4) horas (8,33%), cinco (5) gestores dedicam mais de quatro (4) horas para essa atividade (41,67%).

Os dois roteiros estão inseridos em municípios com características distintas. O mesmo acontece em termos da trajetória de formação destes, na quantidade de roteiros existentes em cada município, quanto ao período inicial de oferta de produtos turísticos, com referência ao tipo de inter-relação existente entre as diversas instituições presentes, dentre outras características particulares a cada qual. Entretanto, os perfis dos empreendedores apresentam algumas semelhanças, dentre as quais é possível citar: (a) número de gestores do sexo masculino supera os do sexo feminino; (b) em termos de idade homens e mulheres se assemelham internamente a cada roteiro, contudo, o roteiro da Via Orgânica é composto por gestores mais jovens, estando concentrados na faixa etária até 40 anos; (c) quanto à escolaridade, as mulheres estudaram mais do que os homens em ambos os roteiros, em tese isso pode corroborar com estatísticas de mercado de trabalho que indicam a necessidade de mais tempo de estudo para que as mulheres ocupem os mesmos espaços que os homens no mercado de trabalho. Também se

observou que as gestoras do roteiro Via Orgânica estudaram por mais tempo do que as gestoras das Salamarias, podendo ser um indicativo de que a preocupação com a saúde e com a qualidade da alimentação esteja mais presente em indivíduos com escolaridade maior e, portanto, o interesse pela produção de orgânicos; (d) em relação a experiência em gestão, homens e mulheres do roteiro Via Orgânica se assemelham, mas nas Salamarias somente os homens afirmaram ter muita experiência em gestão; (e) os gestores do roteiro das Salamarias dedicam mais horas semanais ao turismo, sendo que os gestores do sexo masculino desse roteiro participam mais dessa atividade do que os gestores do sexo masculino do roteiro da Via Orgânica. Enquanto nenhum gestor do sexo masculino do roteiro da Via Orgânica dedica mais de quatro horas (4h) semanais ao TR, cinquenta por cento (50%) dos gestores do sexo masculino do roteiro das Salamarias dedica mais de quatro horas (4h) semanais a essa atividade e; (f) os gestores do sexo masculino de ambos os roteiros superam as gestoras quanto a jornadas diárias maiores do que quatro horas (4h) dedicadas à agricultura. Esses dados podem indicar o predomínio das gestoras nas atividades de TR e o predomínio dos gestores do sexo masculino nas atividades agrícolas.

A seguir estão apresentadas as características dos empreendimentos pertencentes ao roteiro das Salamarias e, na sequência, as características dos empreendimentos pertencentes ao roteiro Via Orgânica.

### **3.2.3 Perfil dos Empreendimentos - Roteiro das Salamarias**

O roteiro das Salamarias, atualmente, é composto por oito (8) empreendimentos ativos, pois um dos nove (9) empreendimentos encerrou suas atividades. Esse empreendimento ainda consta no *Folder* de divulgação do roteiro das Salamarias e o local permanece com logotipo e estrutura da época em que estava em funcionamento, contudo se encontra fechado. A informação do seu fechamento, em definitivo, foi dada por empreendedores pertencentes ao roteiro. Não havia nenhum aviso no estabelecimento informando tal fato.

Alguns empreendimentos oferecem mais de um serviço e a tabela 3 apresenta os dados dos mesmos. Seis (6) empreendimentos declararam oferecer serviços diversos dos listados no questionário; quatro (4) deles citaram visita guiada ou visita técnica; três (3) citaram o comércio de produtos na propriedade; e um (1) disse ofertar turismo pedagógico.

Tabela 3 - Perfil dos empreendimentos do Roteiro das Salarias

<b>Dados empreendimento</b>			
<b>Frequências</b>			
			<b>%</b>
<b>Tipo de serviço de TR</b>	<b>Lazer</b>	1	10,00
	<b>Alimentação</b>	3	30,00
	<b>Eventos</b>	1	10,00
	<b>Outros</b>	5	50,00
	<b>Total</b>	10	100,00
<b>Vinculação à agricultura</b>	<b>Sem vinculação</b>	0	0,00
	<b>Com vinculação</b>	8	100,00
	<b>Total</b>	8	100,00
<b>Tipo de MDO</b>	<b>Familiar</b>	6	75,00
	<b>Contratada</b>	0	0,00
	<b>Familiar + Contratada</b>	2	25,00
	<b>Total</b>	8	100,00
<b>Renda procedente do TR (%)</b>	<b>Até 25</b>	5	62,50
	<b>&gt; 25 até 50</b>	2	25,00
	<b>100</b>	1	12,50
	<b>Total</b>	8	100,00
<b>Acesso a recursos financeiros/endividamento início atividade TR (%)</b>	<b>0</b>	4	50,00
	<b>20</b>	1	12,50
	<b>30</b>	1	12,50
	<b>40</b>	1	12,50
	<b>50</b>	1	12,50
	<b>Total</b>	8	100,00
<b>Tamanho do estabelecimento (ha)</b>	<b>&lt; 10</b>	2	25,00
	<b>&gt; 10 até 30</b>	5	62,50
	<b>&gt; 30</b>	1	12,50
	<b>Total</b>	8	100,00
<b>Criação de empresa de TR</b>	<b>Não</b>	4	50,00
	<b>Sim</b>	2	25,00
	<b>Já constituiu empresa</b>	2	25,00
	<b>Total</b>	8	100,00

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

De forma coletiva, cinco (5) empreendimentos oferecem visita guiada e/ou visita técnica; três (3) empreendimentos ofertam serviço de alimentação; duas (2) propriedades oferecem turismo pedagógico e; seis (6) empreendimentos comercializam produtos agrícolas (hortifrutigranjeiros, cachaça, grapa, licores, vinhos e espumantes, sucos, erva-mate, mel, bombons de erva-mate, banha, salame, copa, pernil, compotas, pipoca, amendoim, feijão e artesanato).

Através do exame da tabela 3, é possível notar que trinta por cento (30%) dos serviços oferecidos são voltados à alimentação, lazer e eventos representam dez por cento (10%) cada e outros ocupam cinquenta por cento (50%) dos serviços disponíveis.

Outro dado importante se refere à vinculação à agricultura e todos os empreendimentos do roteiro possuem vínculo (100%).

Quanto ao tipo de mão de obra (MDO) tem-se que seis (6) empreendimentos utilizam somente mão de obra familiar (75%) e dois (2) empreendimentos utilizam mão de obra familiar mais contratada (25%). Havendo um predomínio de mão de obra familiar.

A participação do turismo na renda proveniente da atividade de agronegócios é de até vinte e cinco por cento (25%) para cinco (5) empreendimentos (62,50%); ficando entre vinte e cinco por cento (25%) até cinquenta por cento (50%) para dois (2) empreendimentos (25%) e, toda a renda (100%) é proveniente do turismo para um (1) empreendimento (12,50%). Sendo assim, atualmente somente uma propriedade se sustenta com receitas provenientes exclusivamente do turismo.

Os entrevistados, de forma geral, independentemente de terem ou não contraído dívidas no início da atividade de turismo, manifestaram preocupação com endividamento. Do total de empreendimentos, quatro (4) não contraíram dívidas (50%) e fizeram uso de recursos próprios; Os outros quatro (4) empreendimentos contraíram os respectivos percentuais relativos ao total investido inicialmente: 20%; 30%; 40% e 50%.

O tamanho dos empreendimentos varia, sendo que vinte e cinco por cento (25%) desses possuem menos de dez (10) ha e o menor possui uma área de duzentos e sessenta metros quadrados (260m<sup>2</sup>), o que equivale a 0,026 ha. Nesse sentido, cinco (5) empreendimentos possuem entre dez (10) e trinta (30) ha, correspondendo a sessenta e dois vírgula cinco por cento (62,50%) dos empreendimentos e; um (1) empreendimento possui mais de trinta (30) ha.

Quanto à criação de empresa de turismo, quatro (4) propriedades manifestaram que não pretendem criar uma empresa específica para TR (50%); dois (2) empreendimentos relataram desejar criar futuramente (25%); e outras duas (2) já constituíram empresa (25%).

### **3.2.4 Perfil dos Empreendimentos - Roteiro Via Orgânica**

O roteiro Via Orgânica conta com dez (10) empreendimentos, e nove (9) desses aceitaram participar da pesquisa. Os dados dos mesmos estão dispostos na tabela 4.

A partir do exame da tabela 4, é possível notar que quarenta por cento (40%) dos serviços ofertados são de lazer e envolvem seis (6) empreendimentos, vinte por cento (20%) são serviços de alimentação e o mesmo percentual é destinado a eventos, envolvendo três (3) propriedades cada. Um (1) empreendimento do roteiro oferece serviço de hospedagem e dois (2) oferecem outros serviços, por exemplo, a comercialização de produtos orgânicos; ecoturismo e; visita técnica e/ou visita guiada.

Ao se examinar a vinculação com a agricultura, tem-se que quatro (4) empreendimentos não possuem vínculo, enquanto cinco (5) possuem.

A mão de obra predominante nos empreendimentos é a familiar mais a contratada, envolve seis (6) propriedades e representa sessenta e seis vírgula sessenta e sete por cento (66,67%). A mão de obra familiar exclusiva está presente em três (3) empreendimentos (33,33%) e nenhum empreendimento emprega somente mão de obra contratada.

A renda proveniente do turismo é de até vinte e cinco por cento (25%) das receitas obtidas a partir dos agronegócios para quatro (4) empreendimentos (44,44%); para dois (2) empreendimentos a renda procedente do turismo corresponde a setenta por cento (70%) das receitas e; três (3) empreendimentos não souberam especificar quanto da renda era oriunda do turismo e quanto se devia a outras atividades agroindustriais.

A maior parte dos empreendimentos (88,89%), oito (8) no total, não teve endividamento no início da atividade de turismo. Eles investiram recursos próprios e; somente um (1) empreendimento financiou cem por cento (100%) de recursos investidos no estabelecimento.

O tamanho dos empreendimentos varia. Seis (6) deles possuem área inferior a dez (10) ha e dois (2) desses são pequenos em comparação aos demais, um possui noventa metros quadrados (90m<sup>2</sup>) e o outro cem metros quadrados (100m<sup>2</sup>).

Tabela 4 - Perfil dos empreendimentos do Roteiro Via Orgânica

<b>Dados empreendimento</b>			
<b>Frequências</b>			
			<b>%</b>
<b>Tipo de serviço de TR</b>	<b>Lazer</b>	6	40,00
	<b>Alimentação</b>	3	20,00
	<b>Hospedagem</b>	1	6,67
	<b>Eventos</b>	3	20,00
	<b>Outros</b>	2	13,33
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,00</b>
<b>Vinculação à agricultura</b>	<b>Sem vinculação</b>	4	44,44
	<b>Com vinculação</b>	5	55,56
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>
<b>Tipo de MDO</b>	<b>Familiar</b>	3	33,33
	<b>Contratada</b>	0	0,00
	<b>Familiar + Contratada</b>	6	66,67
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>
<b>Renda procedente do TR (%)</b>	<b>Até 25</b>	4	44,44
	<b>70</b>	2	22,22
	<b>NR</b>	3	33,33
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>
<b>Acesso a recursos financeiros/endividamento início atividade TR (%)</b>	<b>0</b>	8	88,89
	<b>100</b>	1	11,11
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>
<b>Tamanho do estabelecimento (ha)</b>	<b>&lt; 10</b>	6	66,67
	<b>&gt; 10 até 30</b>	3	33,33
	<b>&gt; 30</b>	0	0,00
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>
<b>Criação de empresa de TR</b>	<b>Não</b>	6	66,67
	<b>Sim</b>	1	11,11
	<b>Já constituiu empresa</b>	2	22,22
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A maior parte dos empreendimentos (66,67%), um total de seis (6), relatou que não pretende criar empresa específica para o turismo; uma (1) manifestou o desejo de criar empresa futuramente e duas (2) já constituíram empresa.

Essa seção apresentou os perfis dos empreendedores e dos empreendimentos dos dois roteiros aqui estudados. Em síntese, ainda há o predomínio, mesmo que pequeno, de gestores do sexo masculino quando comparados com o sexo feminino para ambos os

roteiros. Os empreendedores da Via Orgânica são percentualmente mais jovens do que os das Salamarias, estando mais concentrados até os quarenta (40) anos. As mulheres, em geral, têm maior escolaridade do que os homens em ambos os roteiros. Nesse sentido, independente do gênero, os empreendedores do roteiro Via Orgânica possuem numericamente maior escolaridade do que os empreendedores das Salamarias. A maior parte dos empreendedores, de ambos os roteiros, afirmou ter média experiência em gestão. Contudo, somente empreendedores da Via Orgânica afirmaram ter muita experiência em gestão.

O maior número de empreendedores, de ambos os roteiros, dedica até duas (2) horas ao turismo. Pela análise dos dados essa atividade é, em geral, compartilhada pelos membros das famílias independente do sexo.

Quando os dois roteiros são examinados conjuntamente, tem-se que um total de doze (12) empreendedores não se dedica à atividade agrícola e, por outro lado, um total de vinte e seis (26) empreendedores dedica algum tempo à atividade agrícola, havendo o predomínio do sexo masculino no trabalho agroindustrial. Contudo, nenhuma empreendedora relatou dedicar entre duas (2) até quatro (4) horas à atividade agroindustrial, ou dedicam menos horas ou dedicam mais horas.

Em suma, quando os empreendimentos dos roteiros são analisados, tem-se que somente o roteiro Via Orgânica oferece o serviço de hospedagem. Ambos os roteiros se equiparam na oferta de serviço de Alimentação e, enquanto há o predomínio na oferta de serviços de lazer e de eventos no roteiro Via Orgânica, no roteiro das Salamarias há maior oferta de outros serviços. Enquanto todos os empreendimentos do roteiro das Salamarias mantêm vínculo com a agricultura e apresentam o predomínio da mão de obra familiar, no roteiro Via Orgânica pouco mais de cinquenta por cento mantêm esse vínculo e, há predomínio da mão de obra mista (familiar mais contratada).

Somente um empreendimento (Tabela 3) se sustenta com receitas exclusivas do turismo, enquanto que a maioria dos empreendimentos tem em torno de vinte e cinco por centos (25%) de suas receitas provenientes do turismo. O endividamento no início da atividade de turismo ocorreu para metade dos empreendimentos das Salamarias, por outro lado, somente um empreendimento da Via Orgânica recorreu a financiamento no início da sua atividade.

Os maiores estabelecimentos estão situados no roteiro das Salamarias, sendo que setenta e cinco por cento (75%) desses apresentam áreas superiores a dez (10) ha. Por



outro lado, a maior parte dos empreendimentos da Via Orgânica (66,67%) apresentam áreas inferiores a dez (10) ha.

O número de empreendimentos que não pretendem criar empresa específica para o turismo supera o número dos que pretendem criar ou que já criaram empresas, isso para o conjunto dos roteiros. Nesse quesito, o roteiro das Salamarias apresenta um equilíbrio entre os que não pretendem criar (50%) e os que pretendem ou já constituíram empresa (50%). Entretanto, no roteiro Via Orgânica dois terços (2/3) dos empreendimentos não pretendem criar empresa específica para o turismo.

Apresentado o perfil dos empreendedores e dos empreendimentos e considerando a delimitação da pesquisa, a próxima seção se deteve em trazer a análise das percepções dos empreendedores quanto às instituições a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas.

### 3.3 ANÁLISE DAS PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES QUANTO ÀS INSTITUIÇÕES A PARTIR DAS DIMENSÕES REGULATIVAS, NORMATIVAS E COGNITIVAS

As dimensões regulativas, normativas e cognitivas são interdependentes e se reforçam mutuamente contribuindo para uma poderosa estrutura social que retém e exibe força e resiliência dessas estruturas (SCOTT, 2014).

É possível tecer alguns pressupostos a partir do referencial teórico exposto nesse trabalho. Dentre os quais é possível citar: (a) uma maior qualidade das estruturas regulativas para o empreendedorismo no turismo resultará em uma maior atividade empreendedora no território; (b) quanto maior for a ênfase dada pelas estruturas normativas ao empreendedorismo turístico baseado na qualidade de serviço em turismo, maior será a atividade empreendedora nesse território e; (c) quanto maior for o desenvolvimento e a difusão de estruturas cognitivas que facilitam modelos de empreendedorismo turístico, baseados na qualidade de serviços no turismo, maior será a atividade empreendedora nesse território (FURTADO, 2014a).

As percepções dos empreendedores com relação às três (3) dimensões foram coletadas e registradas por meio da aplicação do questionário (Apêndice C, D e E). Ele é composto por afirmações pertinentes às dimensões regulativas, normativas e cognitivas, apresentando entre 5 a 9 afirmações e cujas respostas puderam ser

escolhidas de acordo com a percepção do respondente desde (1) discordo plenamente até (5) concordo plenamente.

### **3.3.1 Dimensão Regulativa**

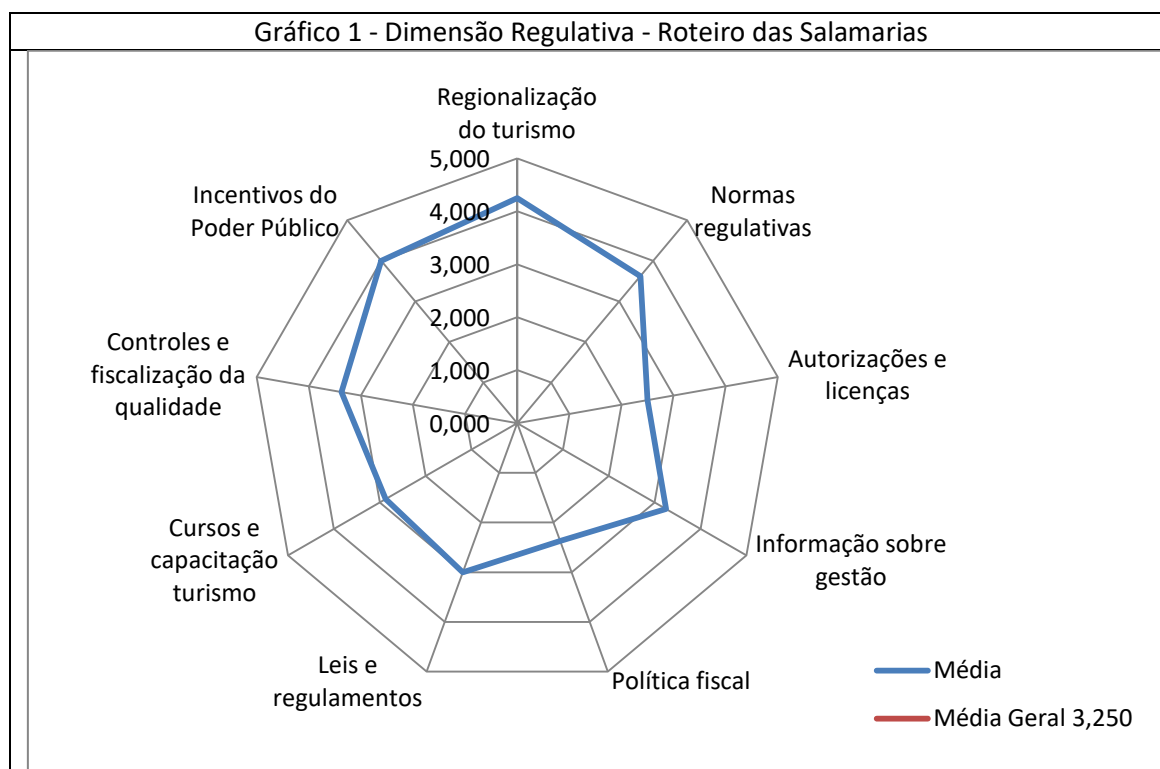
Os três pilares que compõe as instituições são: o regulativo, o normativo e o cognitivo. O pilar regulativo apresenta as seguintes características: tem a base de conformidade dada pela conveniência; as regras reguladoras compõem a base de ordem; o mecanismo utilizado é o coercitivo; adota a lógica da instrumentalidade; seus indicadores são as regras, as leis e as sanções; afeta sentimentos de medo de culpa ou inocência e; as bases de legitimidade ocorrem em função de ser legalmente sancionado. As instituições apoiadas por um pilar podem, com o passar do tempo e com as circunstâncias, ser sustentadas por diferentes pilares (SCOTT, 2014).

Ao se examinar o gráfico 1, roteiro das Salamarias, é possível observar que os pontos que necessitam maior atenção do Poder Público são: (a) os relacionados a política fiscal; (b) os referentes a adequação e ao tempo para a obtenção de autorizações e licenças; (c) os relativos a necessidade de serem ofertados cursos de fácil acesso voltados à formação profissional para capacitar e atualizar os trabalhadores do turismo e; (d) o que indica a necessidade da formulação de leis e regulamentos relacionados à atividade de turismo de forma mais adequada e suficiente. Os demais pontos examinados encontram-se satisfatórios.

A partir da análise feita acima e através dos diálogos estabelecidos ao longo do processo da aplicação do instrumento de pesquisa percebe-se que os empreendedores simpatizam com a ideia da regionalização do turismo, em boa medida por terem visitado empreendimentos em espaços regionalizados e por terem recebido informações positivas a esse respeito.

Diante do exposto, pode-se acrescentar que é importante conhecer as principais motivações dos empresários do setor do turismo e seus objetivos de negócios, pois são fundamentais para a competitividade dos destinos turísticos. É o aproveitamento de redes inteligentes de empreendedores afins na rede regional que podem maximizar a competitividade e a sustentabilidade do destino (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018). Assim, para se alcançar o sucesso da política de desenvolvimento é preciso ter-se a compreensão da dinâmica da mudança econômica que é caracterizada por especificar e impor regras formais (SIMAN; CONCEIÇÃO; FILIPPI, 2006).

O gráfico 1 apresenta uma fotografia da dimensão regulativa que foi pesquisada no roteiro das Salamarias.



O gráfico 1 apresenta nove (9) pontos e cada ponto corresponde, respectivamente, às seguintes afirmações: (1) A regionalização do turismo seria bem vista pelos cidadãos, candidatos a empresários e empresários já instalados; (2) Existem normas regulativas para assegurar a qualidade dos produtos e serviços prestados pelos empreendimentos do roteiro; (3) As autorizações e licenças necessárias para atuar no turismo são adequadas a essa atividade e são obtidas em pouco tempo; (4) Existe informação disponível sobre como iniciar e gerir um novo negócio no turismo; (5) A política fiscal existente facilita a criação e/ou manutenção dos empreendimentos de turismo; (6) As leis e regulamentos à atividade de turismo são adequadas e suficientes para a criação e/ou manutenção dos empreendimentos; (7) Existem cursos de fácil acesso voltados à formação profissional para capacitar e atualizar os trabalhadores do turismo; (8) A administração municipal realiza controles regulares para verificar a qualidade dos produtos e serviços ofertados no roteiro e; (9) O apoio e a atuação do Poder Público municipal facilitam a criação e/ou manutenção de empreendimentos no setor do turismo no roteiro.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O papel do Poder Público municipal é melhor avaliado quando comparado ao nível estadual e federal. Alguns respondentes expressaram sentirem-se esquecidos pelo Estado e que o Governo Federal nem teria conhecimento da existência dos mesmos. Por isso, é importante a existência de instituições fortes, principalmente as locais e regionais.

Dessa forma, municípios e Estados planejando, fomentando e trabalhando juntos permanecem fortalecidos e alcançam melhores resultados (BRASIL, 2007, 2017). Porém, nem sempre o sucesso é alcançado e os motivos para o insucesso são inúmeros,

muitas vezes relacionados a questões comportamentais, relacionais que envolvem interesses particulares, disputa por poder dentre outros (KIEFFER; BURGOS, 2015; MACGEHEE; KNOLLENBERG; KOMOROWSKI, 2015; MARKANTONI, *et al*, 2013; YING; JIAJIANG; ZHOU, 2015; SÁNCHEZ-ZAMORA; GALLARDO-COBOS; CEÑA-DELGADO, 2014). Certamente, seria bem-vindo o desenvolvimento de Políticas Públicas e ações sinérgicas e complementares entre os diversos entes da federação.

Nesse contexto, o estímulo ao empreendedorismo local focado na complementaridade entre setores poderia contribuir para atenuar as dificuldades associadas à elevada sazonalidade do setor do turismo. Portanto, é importante o reforço das sinergias entre alguns dos subsistemas regionais, por exemplo, a gestão integrada do turismo, da cultura e do ambiente, podendo assim servir tanto às necessidades do setor do turismo quanto às das populações locais. E, dessa forma, permitindo igualmente estimular as sinergias diretas entre vários setores, como a que pode resultar do incentivo à incorporação de produtos alimentares locais por restaurantes e na hotelaria ou a promoção do turismo (SILVA, 2013; RAMOS, 2016).

Nesse sentido, a força, as sanções e as respostas oportunas são ingredientes centrais do pilar regulatório. Quando o poder coercitivo é apoiado e limitado por regras, ele é institucionalizado (SCOTT, 2014).

As dificuldades relatadas quanto à demora em obterem-se autorizações e licenças necessárias para atuar no turismo podem relacionar-se ao engessamento imposto pelo Poder Público quando na presença de uma disfunção da burocracia. A lentidão nesse processo de obtenção de autorizações e de licenças pode ser fruto da complexa e ampla legislação que regulamenta as ações dos cidadãos, por vezes, permeada por lacunas e sujeitas a interpretações diversas. Esse conjunto de fatores pode levar a morosidade no serviço público e a ineficiência por parte do Poder Público.

As restrições relacionadas à política fiscal voltada à atividade de turismo vão ao encontro do que é postulado por Scott (2014). Segundo ele, os atores públicos fazem maior uso de sanções negativas (impostos, multas, encarceramento), enquanto os processos regulatórios dentro do setor privado, baseado no mercado, apresentam maior probabilidade de contar com incentivos positivos (maiores retornos e lucros) (SCOTT, 2014). Contudo, é importante ter-se em conta o papel regulador do Estado, pois sem ele haveria o risco do mau uso dos bens comuns; destruição de patrimônio histórico-cultural; poluição do meio ambiente; esgotamento dos recursos naturais; ameaça à

dignidade humana; exploração da mão de obra; ampliação das desigualdades, dentre outros.

Nesse contexto, as instituições restringem e regularizam o comportamento dos indivíduos em sociedade para preservar a ordem. Elas estabelecem regras, monitoram e punem de forma a influenciar o comportamento futuro (SCOTT, 2014).

Nessa direção, o setor público tem a possibilidade de racionalizar suas operações para desempenhar seu papel de regulador, coordenador, provedor de infraestrutura e promotor do destino turístico. Nesse sentido, políticas de longo prazo apoiadas pela nomeação de especialistas em gestão do turismo e no *marketing* e o planejamento estratégico são fundamentais para o desenvolvimento e para a implementação bem-sucedida do Plano Diretor de cada localidade (BUHALIS, 1999).

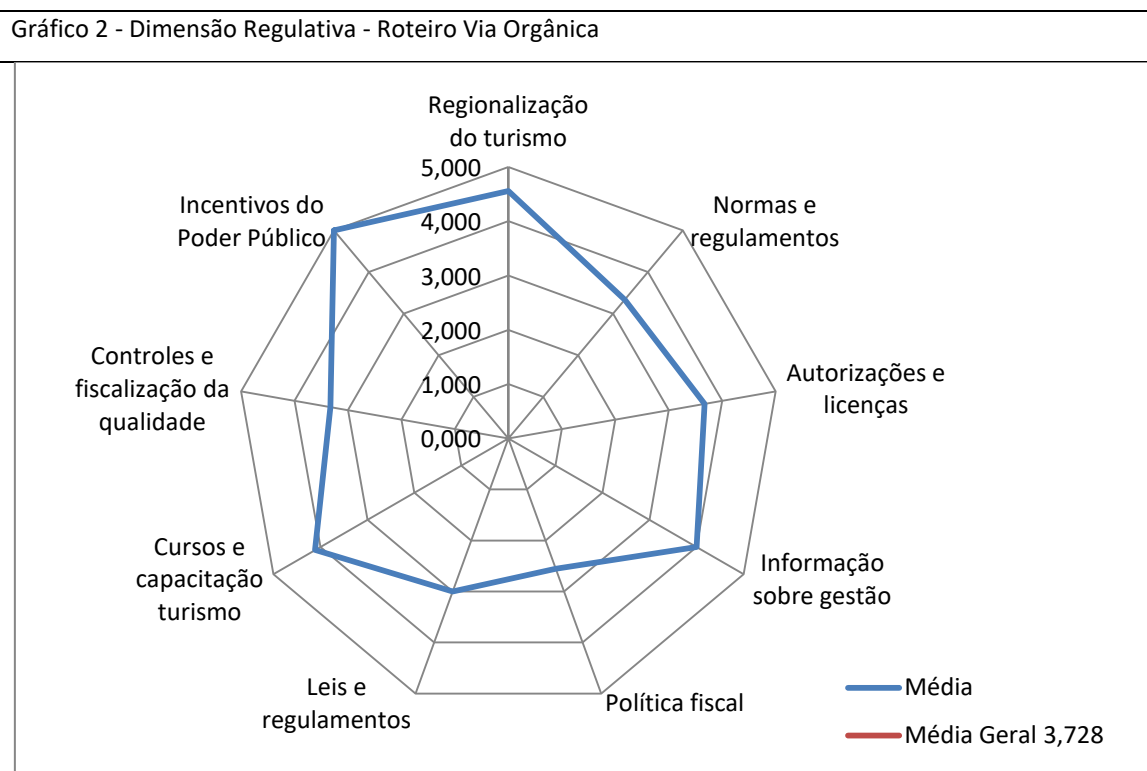
Também, segundo os empreendedores do roteiro das Salamarias, existe uma lacuna em relação à educação formal, aos cursos profissionalizantes e ao apoio por parte do Poder Público, principalmente nas esferas mais distantes. A atuação do município em parceria com o Sebrae e universidades da região foram reiteradamente citadas como um aspecto positivo do Poder Público municipal e como incentivador nas melhorias que vinham sendo executadas, apesar de haver um certo consenso de que essas ações ainda são insuficientes. Outro ponto levantado pelos empreendedores está relacionado ao período da oferta dos cursos. Segundo eles, esses cursos teriam maior audiência caso fossem ofertados no período noturno, pois não interferiria nas suas atividades laborais. Essas dificuldades poderiam ser superadas através da ampliação do diálogo entre o Poder Público e os empreendedores, de forma a planejar cursos que atendam as necessidades de horário e de conteúdo programático desejado pelos gestores do roteiro.

Dito isso, a existência de lacunas em termos de formação e qualificação pode se refletir negativamente na capacidade de empreendedorismo e inovação e na qualificação da mão de obra do setor do turismo, e dessa forma na qualidade da oferta turística (SILVA, 2013; RAMOS, 2016). Nessa direção, é crucial oferecer educação de liderança para desenvolver competências empreendedoras, através da oferta de programas de escolas de negócios sob medida (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

Cabe lembrar o amplo papel do Estado e da sociedade no fortalecimento e na proteção das capacidades humanas, pois o empreendedorismo está associado a uma alta capacidade humana. Dessa forma, a privação dessas capacidades pode levar à pobreza (SEN, 2010, p. 76, 120; ZULIAN, MARIN, FEISTEL, 2014; FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014a).

A média geral da dimensão regulativa do roteiro Via Orgânica supera a encontrada para o roteiro das Salamarias, podendo indicar instituições reguladoras mais consolidadas no município de Garibaldi. O fortalecimento das instituições depende das emoções dos indivíduos. Nessa direção, Scott (2014) afirma que as emoções operam para motivar os atores a mudar as instituições nas quais eles foram investidos ou para defender instituições às quais eles estão ligados. Portanto, é essencial fomentar emoções positivas, pois elas estão entre os elementos motivacionais mais importantes da vida social, havendo uma interdependência entre emoção e cognição (SCOTT, 2014).

O gráfico 2 apresenta uma fotografia da dimensão regulativa que foi pesquisada no roteiro Via Orgânica.



O gráfico 2 apresenta nove (9) pontos e cada ponto corresponde, respectivamente, às seguintes afirmações: (1) A regionalização do turismo seria bem vista pelos cidadãos, candidatos a empresários e empresários já instalados; (2) Existem normas regulativas para assegurar a qualidade dos produtos e serviços prestados pelos empreendimentos do roteiro; (3) As autorizações e licenças necessárias para atuar no turismo são adequadas a essa atividade e são obtidas em pouco tempo; (4) Existe informação disponível sobre como iniciar e gerir um novo negócio no turismo; (5) A política fiscal existente facilita a criação e/ou manutenção dos empreendimentos de turismo; (6) As leis e regulamentos à atividade de turismo são adequadas e suficientes para a criação e/ou manutenção dos empreendimentos; (7) Existem cursos de fácil acesso voltados à formação profissional para capacitar e atualizar os trabalhadores do turismo; (8) A administração municipal realiza controles regulares para verificar a qualidade dos produtos e serviços ofertados no roteiro e; (9) O apoio e a atuação do Poder Público municipal facilitam a criação e/ou manutenção de empreendimentos no setor do turismo no roteiro.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Outro fator que, em tese, beneficia a fotografia atual do roteiro Via Orgânica quando esse é analisado lado a lado com o roteiro das Salamarias se deve ao fato do Município de Marau ter iniciado a empreender no turismo mais recentemente do que o Município de Garibaldi e também possuir uma quantidade menor de roteiros no Município e estar menos integrado a outros roteiros na região. Em contrapartida, o roteiro Via Orgânica está inserido em um conjunto de roteiros instalados no município de Garibaldi, fato que tende a fortalecer o turismo local, ampliar o tempo de permanência dos turistas na cidade, além das parcerias com outros municípios da região e da Serra Catarinense. Todas essas ações conjuntamente tendem a fortalecer a atividade de turismo. Outro ponto é que o município de Garibaldi possui mais tradição no empreendedorismo em turismo, pois o mesmo é praticado a bem mais tempo do que no município de Marau.

Nessa direção, níveis mais elevados de desenvolvimento estão relacionados a territórios com altos níveis de atividade empreendedora inovadora em suas economias (HOWITT; MASON, 2018; RAO, 2018; QUARANTA; CITRO; SALVIA, 2016; FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b; CIZLER, 2013). Complementarmente, é importante lembrar-se da contribuição do turismo para a dinamização da economia local, do efeito multiplicador desencadeado pelo turismo tanto pela circulação do dinheiro gasto pelos turistas quanto pelo incentivo ao surgimento de novos empreendedores (ELESBÃO, 2014, p. 251 e 263).

Os dois roteiros não foram comparados em função das particularidades de cada qual e das características distintas que apresentam.

A análise do gráfico 2 permite inferir que os pontos críticos e que necessitam maior atenção por parte do Poder Público são: (a) os relacionados a política fiscal e; (b) o que indica a necessidade da formulação de leis e regulamentos relacionados à atividade de turismo de forma mais adequada e suficiente. Os demais pontos examinados encontram-se satisfatórios.

Considerando que, em tese, uma maior qualidade das estruturas regulativas para o empreendedorismo no turismo resultará em uma maior atividade empreendedora no território, esses pontos mais frágeis observados nos gráficos 1 e 2 precisam de atenção para que seja possível estimular e ampliar a atividade empreendedora nas respectivas localidades.

Ambos os roteiros apresentam fragilidades relacionadas à política fiscal e às leis e regulamentos voltados ao empreendedorismo. Nesse sentido, pode estar ocorrendo

que tanto a política fiscal quanto a legislação não estejam acompanhando a velocidade das transformações que ocorrem nesse mundo globalizado e, portanto, não consigam atender às necessidades atuais dos empreendimentos.

Da mesma forma, quando se observa a média geral dos gráficos 1 e 2 é possível perceber que a qualidade das estruturas regulativas do roteiro das Salamarias é inferior a do roteiro Via Orgânica.

Nesse ponto, cabe lembrar que o incremento do empreendedorismo no turismo depende da atuação coordenada em três níveis distintos: (a) ativação do potencial e do perfil empreendedor dos atores (ação no plano das instituições normativas e cognitivas); (b) adensamento da estrutura empresarial local (ação no plano das instituições normativas e cognitivas); e (c) reforço do marco institucional no plano regulativo, evitando controles excessivos e normas rígidas que coíbam a criação e consolidação de novas empresas no território (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b).

### **3.3.2 Dimensão Normativa**

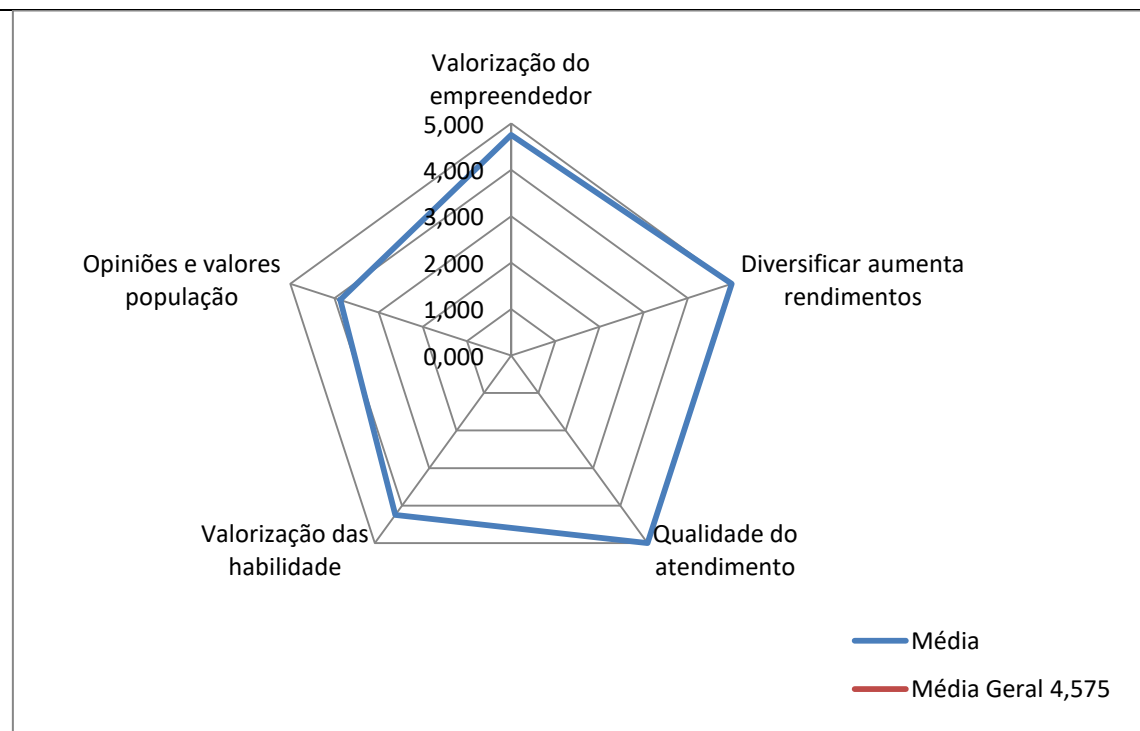
Segundo Scott (2014) as normas definem meios legítimos para buscar fins valiosos. Ela e os valores integram o sistema normativo. Esse sistema define metas ou objetivos (por exemplo, ganhar um jogo, obter lucro) e também designa maneiras apropriadas de persegui-los (por exemplo, regras especificando como o jogo deve ser jogado, concepções de práticas comerciais justas) (SCOTT, 2014).

Os sentimentos associados à violação de normas incluem principalmente um sentimento de vergonha ou desgraça, ou para aqueles que exibem um comportamento exemplar, sentimentos de respeito e honra. Esses sentimentos de conformidade ou violação estão relacionados à capacidade de autoavaliação: remorso aumentado ou efeito sobre o autorrespeito (SCOTT, 2014).

O gráfico 3 apresenta uma fotografia da dimensão normativa que foi pesquisada no roteiro das Salamarias. Nele é possível observar que a comunidade reconhece o trabalho desenvolvido pelos empreendedores no turismo. Essa valorização é capaz de produzir efeitos indiretos, como os que se processam na percepção dos próprios habitantes em relação ao local onde vivem - elevação da autoestima das pessoas do meio rural e sentimento de orgulho e carinho pelo seu território (ELESBÃO; TEIXEIRA, 2011, p. 267-286).



Gráfico 3 - Dimensão Normativa - Roteiro das Salamarias



O gráfico 3 apresenta cinco (5) pontos e cada ponto corresponde, respectivamente, às seguintes afirmações: (1) Os empreendedores de turismo são vistos como pessoas competentes e de sucesso, e seu trabalho é valorizado na comunidade; (2) Diversificar a atividade agroindustrial para receber turistas é considerada uma forma adequada para aumentar os rendimentos da família; (3) A qualidade no atendimento ao cliente é uma norma que se leva muito a sério; (4) Valorizam-se positivamente as habilidades empresariais, a capacidade criativa e o pensamento inovador e; (5) As opiniões e valores da população facilitam a criação e/ou a consolidação de empresas no turismo.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Nesse sentido, segundo Scott (2014), as regras normativas introduzem elementos prescritivos, avaliativos e obrigatórios na vida social. Enquanto algumas dessas regras são aplicáveis a todos os membros da sociedade, outras se aplicam somente a tipos selecionados de atores ou posições. Nesse contexto, surgem os diferentes papéis sociais que podem ser formalmente construídos (por exemplo, código de conduta existente no contexto organizacional) ou podem emergir informalmente ao longo do tempo, criando expectativas diferenciadas para orientar o comportamento. Nessa direção, os sistemas normativos são vistos como restrições imponentes ao comportamento social (SCOTT, 2014).

A opinião e os valores dos habitantes do município Marau não se demonstraram fortes em relação a facilitar o empreendedorismo. Nesse contexto, para Scott (2014), as instituições normativas abrigam grupos sociais onde crenças e valores comuns são mais prováveis de existir. Nesse sentido, grande parte do comportamento que se observa nas

instituições políticas reflete a maneira rotineira como as pessoas fazem o que devem fazer. Portanto, as instituições possuem raízes morais e nós seres humanos somos agentes morais, cuja existência está pautada em questões de certo e errado. Dizer vida humana é dizer vida moralmente implicada (SCOTT, 2014).

Apesar de haver certa fragilidade relacionada à opinião e aos valores da sociedade para com o empreendedorismo no turismo, esse sentimento nem sempre está pautado em distanciamento ou falta de benefícios secundários a atividade desenvolvida no roteiro, pois um dos empreendedores relatou que mais de cem famílias são beneficiadas pelo seu empreendimento, isso ocorre através da compra de insumos desses pequenos produtores. Nesse contexto, é preciso ter em conta que os empreendedores rurais estão abertos para novos conhecimentos e técnicas vivenciadas e trocas com outros produtores rurais, favorecendo uma rede importante de cooperação e envolvimento associativo, o que pode contribuir para expandir seu capital social, além de fortalecer seus laços de confiança no meio rural e incluir estes no mercado (TOMEI; LIMA, 2015). Diante do exposto, cabe destacar a relevância do estabelecimento de relações econômicas entre empreendedores e outras famílias da comunidade, da contribuição em termos de ocupações (principalmente no núcleo familiar), da participação de mulheres na atividade, do incentivo na organização das famílias e da mudança na relação dos habitantes rurais com as amenidades existentes (ELESBÃO, 2014, p. 251 e 263).

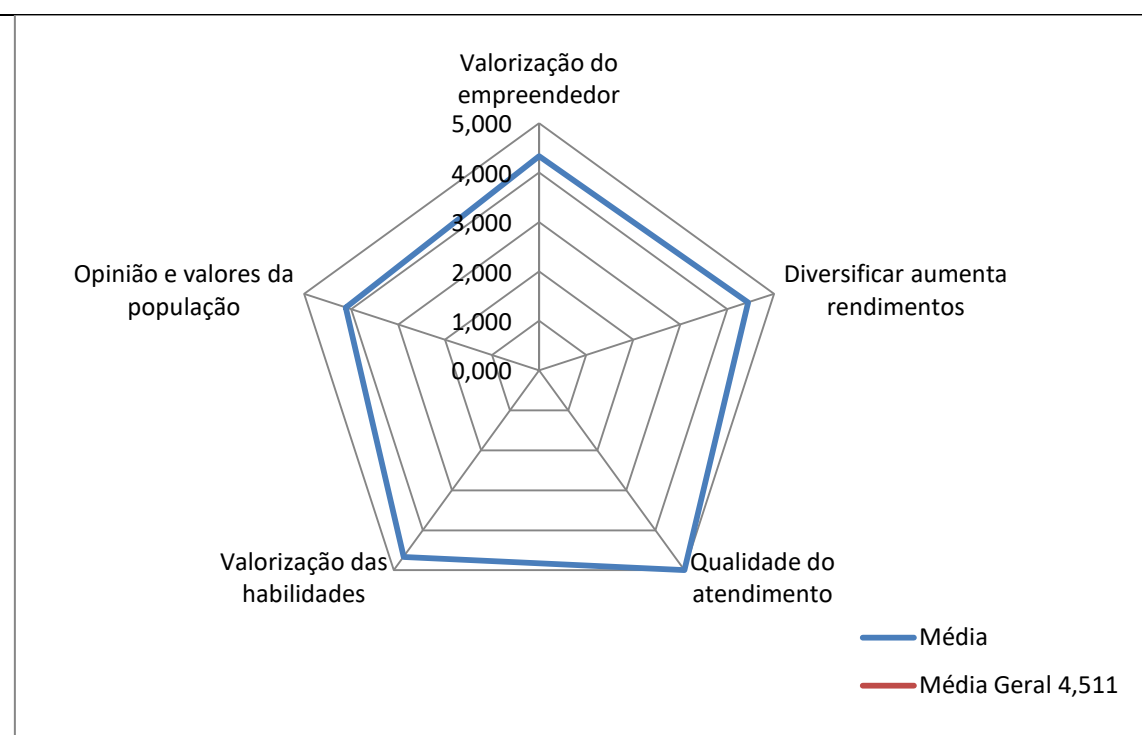
Ainda conforme a percepção de outro respondente, os moradores são neutros em relação à atividade desenvolvida pelo roteiro. Isso pode ser consequência de pouca divulgação das suas atividades, levando ao desconhecimento por parte da população e à indiferença. Nessa direção, o Poder Público pode ser o protagonista para a mudança da percepção dos moradores da região. Portanto, é importante que o turismo faça parte de um projeto para o meio rural, buscando a diversidade multissetorial, valorizando a dinâmica gerada por famílias que vão se tornando pluriativas; caso contrário, há o risco da manutenção ou ampliação da ineficiência distributiva (ELESBÃO; TEIXEIRA, 2011, p. 267-286).

O gráfico 4 apresenta uma fotografia da dimensão normativa que foi pesquisada no roteiro Via Orgânica. Nele, o ponto mais frágil é o que se refere sobre a influência das opiniões e dos valores no empreendedorismo no turismo. Nesse sentido, o município de Garibaldi tem desenvolvido ações para divulgar os empreendimentos e tornar essa atividade econômica mais conhecida da população local. Isso tem se dado

através de convites destinados a comunidade para visitas guiadas pelos empreendimentos. Num primeiro momento, quarenta convites foram ofertados aos moradores da região. E essas visitas ocorreram ao longo de dois sábados pré-agendados.

O ônibus para o transporte pelos empreendimentos foi fornecido pela prefeitura e a alimentação, um lanche, foi ofertada pelos empreendedores do roteiro. Apesar dessas iniciativas, alguns respondentes comentaram que o trabalho dos empreendedores de turismo poderia ser mais divulgado na comunidade. Nessa direção, tem-se que apesar do turismo rural procurar se tornar mais autônomo e comercialmente bem sucedido, em muitas regiões ele ainda permanece dependente do desenvolvimento, da infraestrutura e da administração do setor público (LANE, 2014, p. 29).

Gráfico 4 - Dimensão Normativa - Roteiro Via Orgânica



O gráfico 4 apresenta cinco (5) pontos e cada ponto corresponde, respectivamente, às seguintes afirmações: (1) Os empreendedores de turismo são vistos como pessoas competentes e de sucesso, e seu trabalho é valorizado na comunidade; (2) Diversificar a atividade agroindustrial para receber turistas é considerada uma forma adequada para aumentar os rendimentos da família; (3) A qualidade no atendimento ao cliente é uma norma que se leva muito a sério; (4) Valorizam-se positivamente as habilidades empresariais, a capacidade criativa e o pensamento inovador e; (5) As opiniões e valores da população facilitam a criação e/ou a consolidação de empresas no turismo.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

As ações citadas acima podem sensibilizar a comunidade quanto ao papel socioeconômico do roteiro e, dessa forma, mobilizar os sentimentos dos indivíduos para buscar afetar positivamente o intercâmbio econômico numa lógica transacional e perspectiva dinâmica e intencional. Daí advém a relevância dos elementos históricos, socioculturais e político na percepção humana (PESSALI; DALTO, 2010; ZULIAN; MARIN; FEISTEL, 2014; FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b, p. 12-13; SIMÕES, 2014). Nesse sentido, é importante lembrar que os fatores históricos norteiam os processos de mudança institucional; os socioculturais alteram a forma como os indivíduos realizam as suas opções; e os políticos são importantes para o marco institucional ao estabelecerem leis que regulam o intercâmbio e afetam diretamente os custos de transação (FURTADO, GARCÍA-CABREIRA, GARCÍA-SOTO, 2014b, p. 13; SIMÕES, 2014, p.36, 41, 44).

Os dois roteiros apresentam resultado menos satisfatório ligado às opiniões e valores da população em relação ao empreendedorismo no turismo.

Ao se observar os gráficos 3 e 4 é possível notar que as estruturas normativas, em geral, apresentam boa qualidade e, percebe-se que, em especial, o ponto referente a qualidade no atendimento ao cliente é uma norma levada muito a sério pelos empreendedores no turismo. Nessa direção, Silva (2013) e Ramos (2016) afirmam que a gestão turística deve dar atenção especial à qualificação da oferta, valorizando aspectos como a formação e a qualificação dos técnicos e empresários, o controle da qualidade de produtos e serviços ofertados e o empreendedorismo.

Dito isso, e considerando que, em princípio, quanto maior for a ênfase dada pelas estruturas normativas ao empreendedorismo turístico baseado na qualidade de serviço em turismo, maior será a atividade empreendedora nesse território. Então, esse é um fator positivo e que, *ipsu facto*, o empreendedorismo no turismo deve estar sendo estimulado em ambos os roteiros. Nessa direção, considerando a média geral de cada um dos roteiros com referência a dimensão normativa, é reforçada a semelhança de resultados e, por conseguinte, a qualidade encontrada nessa dimensão.

### **3.3.3 Dimensão Cognitiva**

A centralidade dos elementos das instituições cognitivas está baseada nas concepções compartilhadas que constituem a natureza da realidade social e criam os quadros através dos quais o significado é feito (SCOTT, 2014).

A dimensão cognitiva influencia toda a gama de atividades de processamento de informações, desde a determinação de quais informações receberão atenção, como serão codificadas, retidas, recuperadas e organizadas na memória, como isso será interpretado, afetando avaliações, julgamentos, previsões e inferências. Nesse sentido, tem-se que os processos interpretativos internos são moldados por estruturas culturais externas (SCOTT, 2014).

As crenças culturais variam e são frequentemente contestadas, particularmente em tempos de desorganização e mudança social. Portanto, a construção socialmente mediada de um quadro comum de significados desempenha papel central nas instituições cognitivas (SCOTT, 2014).

Segundo Ménard e Shirley (2005) e Miguez (2011) o modo como os humanos interpretam a realidade - e que por sua vez moldam o ambiente institucional que constroem - é determinado por modelos mentais e por outros aspectos da cognição. A compreensão desse mecanismo é importante para auxiliar no entendimento dos arranjos organizacionais que incluem diferentes formas de governança postas em curso pelos agentes.

As instituições auxiliam na redução tanto dos riscos quanto dos custos de transação e facilitam as transações privadas e o comportamento cooperativo (MÉNARD; SHIRLEY, 2005).

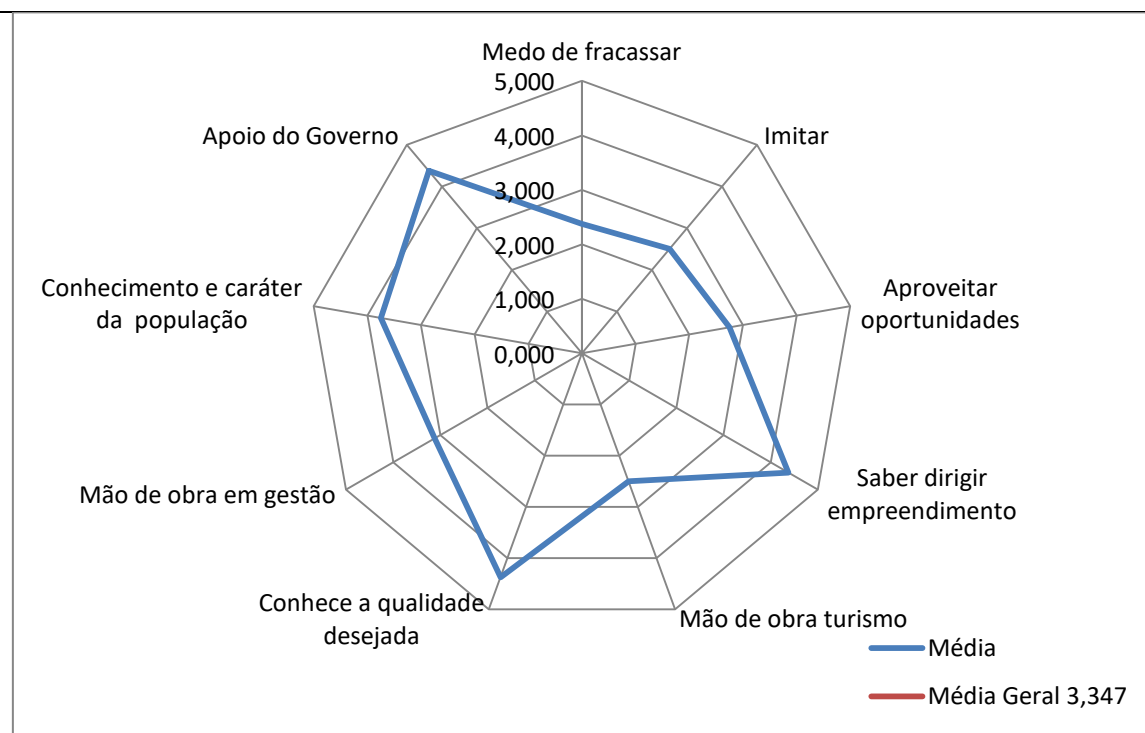
Os gráficos 5 e 6 trazem os dados referentes a pesquisa da dimensão cognitiva do roteiro das Salamarias e do roteiro Via Orgânica, respectivamente.

Quando o gráfico 5 - roteiro das Salamarias - é examinado, é possível identificar pontos mais débeis, dentre os quais é possível citar: (a) os proprietários rurais próximos aos roteiros não se sentem encorajados a imitar os empreendimentos já estabelecidos para também receber turistas; (b) as pessoas, em geral, não sabem aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas; (c) falta uma mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no turismo e; (d) existe carência de mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo.

Frequentemente os empreendedores rurais se deparam com situações que põem seu negócio em risco. Essas situações decorrem da limitação organizacional e estrutural inerentes ao ambiente do empreendedor rural e que dificultam a tarefa da tomada de decisão com base em dados consistentes e reais. Dessa forma, produtores que conseguem utilizar plenamente e com competência as funções administrativas e gerenciais obtêm melhores resultados na gestão de seus negócios (SILVA, 2017).

Entretanto, o despreparo diante das dificuldades inerentes da atividade rural pode levar a insegurança e ao medo de fracassar, podendo impactar negativamente o empreendedorismo no turismo.

Gráfico 5 - Dimensão Cognitiva - Roteiro das Salamarias



O gráfico 5 apresenta nove (9) pontos e cada ponto corresponde, respectivamente, às seguintes afirmações: (1) O medo de fracassar impede que as pessoas iniciem o seu negócio voltado a receber turistas; (2) É habitual que proprietários rurais próximos ao roteiro imitem os empreendimentos já estabelecidos para também receber turistas; (3) Muitas pessoas sabem aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas; (4) A maioria das pessoas sabe como dirigir um pequeno negócio; (5) Existe mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no turismo; (6) Muitas pessoas conhecem a qualidade desejada pelo cliente no turismo; (7) Existe uma mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo; (8) O conhecimento e caráter da população facilitam a consolidação de empresas no turismo e; (9) O apoio e a atuação do Governo facilitam a consolidação das empresas no turismo.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

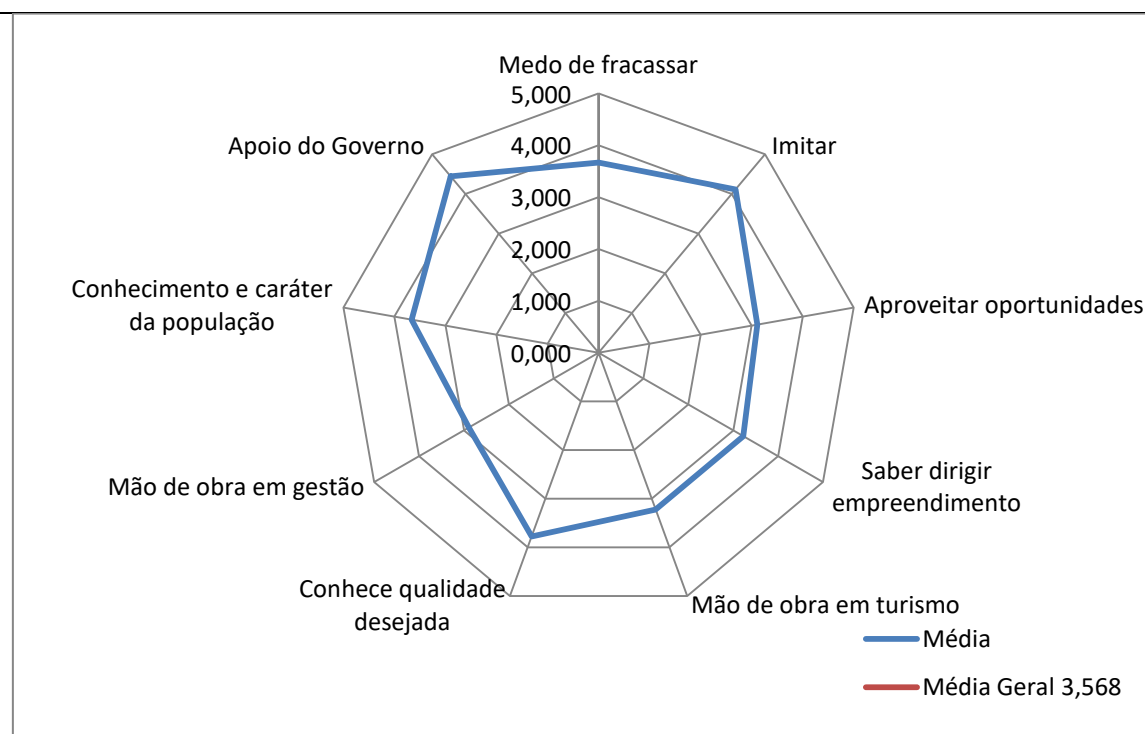
Para tanto, é crucial fortalecer e multiplicar programas de formação e incubadoras de negócios e incentivar a educação gerencial, de forma a favorecer o desenvolvimento da capacidade empreendedora no meio rural e de espaços de socialização de agricultores rurais para auxiliar na criação e ampliação de capital social (TOMEI; LIMA, 2015). Nessa direção, as instituições podem apoiar os empreendedores do setor do turismo criando condições que fomentem o intercâmbio social nas comunidades regionais e proporcionem estabilidade política e econômica. Dessa forma,

será mais fácil para os mesmos desenvolverem novas competências e a enfrentarem os desafios do empreendedorismo, assim, ainda será possível diminuir o estresse e melhorar a qualidade de vida desses empreendedores (PETERS; KALLMUENZER; BUHALIS, 2018).

Porém, em tempos de crise econômica e de municípios com poucos recursos para investir, é importante priorizar o direcionamento de recursos para fins mais empreendedores, selecionados segundo sua motivação e capacidade dos indivíduos de lidar com incerteza e risco (TOMEI; LIMA, 2015).

O gráfico 6, roteiro da Via Orgânica, permite inferir que: (a) o medo de fracassar limita o empreendedorismo; (b) a maioria das pessoas não sabe aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas; (c) a maioria das pessoas não sabe como dirigir um pequeno negócio; (d) falta mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no turismo e; (e) não existe uma mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo. Os demais pontos do gráfico são satisfatórios.

Gráfico 6 - Dimensão Cognitiva - Roteiro Via Orgânica



O gráfico 6 apresenta nove (9) pontos e cada ponto corresponde, respectivamente, às seguintes afirmações: (1) O medo de fracassar impede que as pessoas iniciem o seu negócio voltado a receber turistas; (2) É habitual que proprietários rurais próximos ao roteiro imitem os empreendimentos já estabelecidos para também receber turistas; (3) Muitas pessoas sabem aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas; (4) A maioria das pessoas sabe como dirigir um pequeno negócio; (5) Existe mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no

turismo; (6) Muitas pessoas conhecem a qualidade desejada pelo cliente no turismo; (7) Existe uma mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo; (8) O conhecimento e caráter da população facilitam a consolidação de empresas no turismo e; (9) O apoio e a atuação do Governo facilitam a consolidação das empresas no turismo.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O roteiro Via Orgânica também apresenta fragilidades relacionada à treinamento; oferta de cursos; treinamento e capacitação. Nesse contexto, o Poder Público e as parcerias público-privadas podem atuar para reverter esse quadro, fomentando o empreendedorismo e qualificando o setor.

Ao se analisar os dois gráficos, lado a lado, tem-se que ambos os roteiros apresentam potencial para investir no desenvolvimento de habilidades e competências empreendedoras e, dessa forma, ampliar a capacidade das pessoas em saber aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas. Nesse sentido, também há espaço para que se promova a oferta de mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo. Ao olhar para esses gráficos emerge um aspecto positivo em comum, o qual se refere ao apoio recebido e a atuação do Poder Público municipal no processo de consolidação das empresas no turismo. Esse tipo de atuação foi destacado por Ramos (2016) ao afirmar que é importante buscar potencializar o desenvolvimento econômico através da adoção de um modelo empresarial dinâmico, no qual seja estimulada a cooperação para acesso ao conhecimento, inovação, certificação e qualidade, empreendedorismo e fomento da iniciativa empresarial.

Nesse sentido destacam-se algumas falas, em especial, dos empreendedores do roteiro Via Orgânica durante a aplicação do instrumento de pesquisa: (a) o Município facilita a consolidação das empresas no turismo, fala de quatro empreendedores; (b) o Município de Garibaldi tem apoiado e facilitado a consolidação das empresas no turismo; (c) o Município facilita a consolidação das empresas no turismo, o Estado e o Governo Federal não; (d) o apoio municipal facilita a consolidação das empresas no turismo, porém o Estado nem sabe que existimos e; (e) o Município e a Secretaria de Turismo facilitam a consolidação das empresas no turismo. Diante dessas respostas, ficou evidente a sensação que os empreendedores têm de ausência do Estado e da União quanto à atividade desenvolvida no roteiro. Também ficou evidente o reconhecimento do esforço do Poder Público municipal para fomentar o empreendedorismo no turismo.

Considerando que quanto maior é o desenvolvimento e a difusão de estruturas cognitivas que facilitam modelos de empreendedorismo turístico, baseados na qualidade

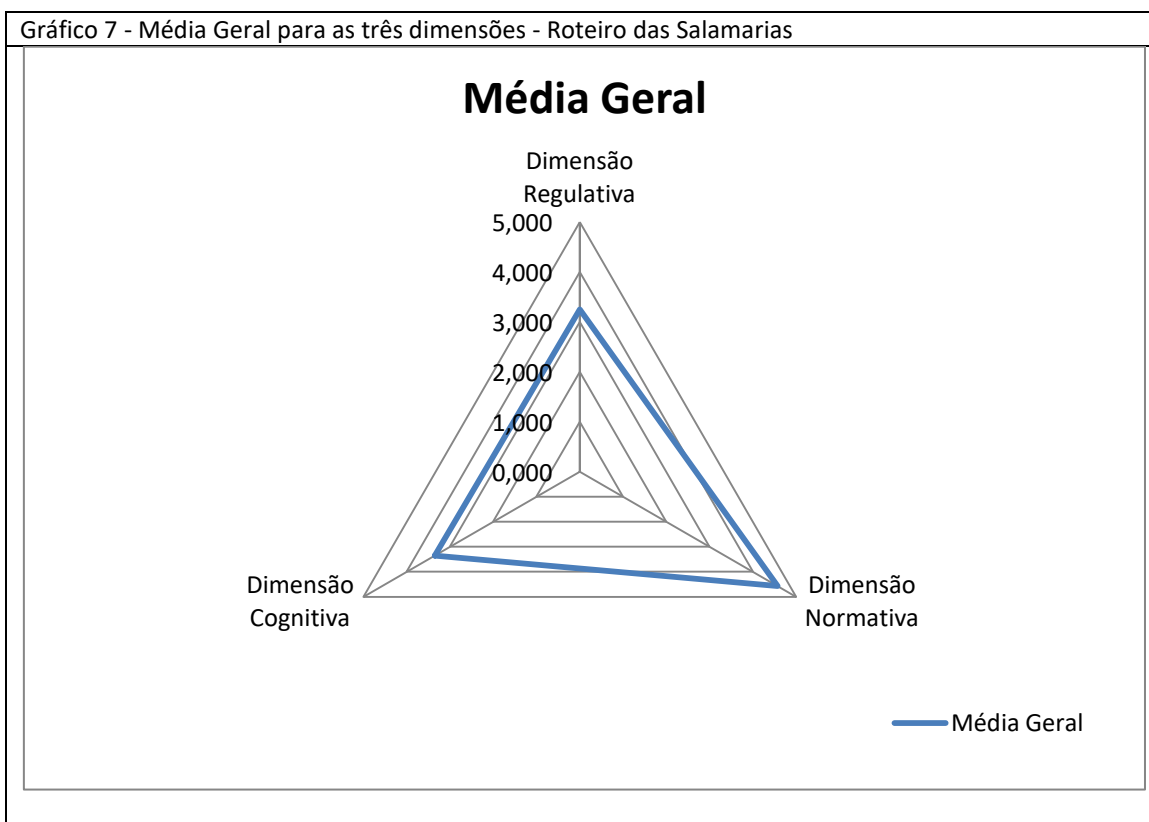


de serviços no turismo, maior será a atividade empreendedora nesse território; o Poder Público precisa fomentar o desenvolvimento e a difusão, principalmente, dos pontos que possam fragilizar ou restringir as estruturas cognitivas.

Essa dimensão apresenta média geral semelhante entre os dois roteiros; apesar disso, o roteiro das Salamarias apresenta quatro (4) pontos insatisfatórios, enquanto que o roteiro da Via Orgânica apresenta somente um (1) ponto insatisfatório. Portanto, as Salamarias necessita maior atenção por parte do Poder Público.

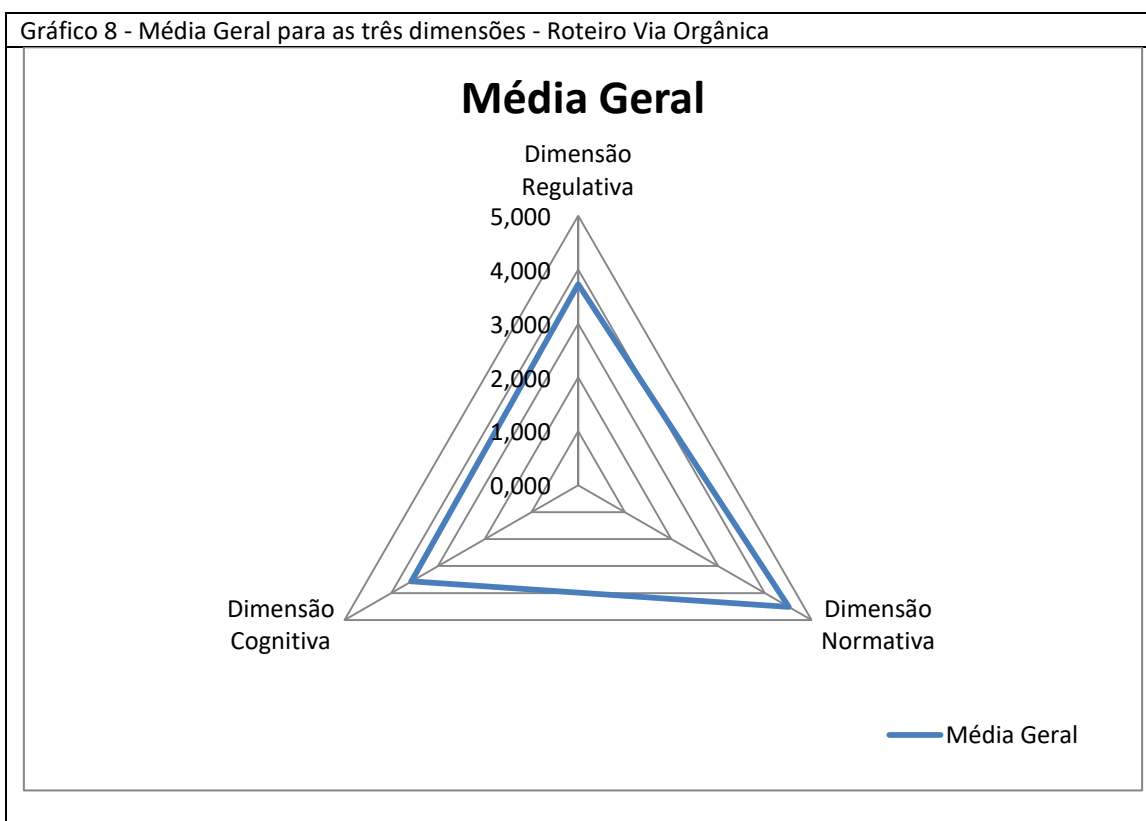
### 3.3.4 Média Geral das Dimensões Regulativas; Normativas e Cognitivas

Através do exame dos gráficos 7 e 8 tem-se que o roteiro das Salamarias apresenta média geral inferior ao do roteiro da Via Orgânica para as dimensões Regulativas e Cognitivas. Portanto, essas duas dimensões necessitam ser priorizadas pelo Poder Público para estimular o empreendedorismo no turismo, em especial, no roteiro das Salamarias.



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A dimensão normativa foi a que apresentou melhores resultados para ambos os roteiros. Entretanto, o roteiro das Salamarias apresentou resultado um pouco melhor do que o apresentado pelo roteiro Via Orgânica, sendo a dimensão que menos necessita de atenção por parte do Poder Público (quadro 6).



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Em síntese, a partir da análise dos gráficos referentes a cada um dos roteiros denota-se que o roteiro das Salamarias é, atualmente, o que mais necessita de apoio por parte do Poder Público, com ênfase para a dimensão regulativa, seguida da dimensão cognitiva (quadro 6).

Quadro 6. Média Geral dos Roteiros

Dimensão	Roteiros	
	Salamarias	Via Orgânica
Regulativa	3,250	3,728
Normativa	4,575	4,511
Cognitiva	3,347	3,568

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

As dimensões Regulativas e Cognitivas necessitam ser priorizadas pelo Poder Público para estimular o empreendedorismo no turismo, em especial, no roteiro das Salamarias. Nessa direção, algumas das ações que os governos poderiam adotar para desenvolver as estruturas cognitivas incluem: (a) atividades de formação visando a promover as melhores práticas empresariais, por meio da divulgação de casos de sucesso; e (b) oferta de rodadas para compartilhamento de experiências e divulgação dos canais existentes com potencial de facilitar o empreendedorismo (ofertas formativas; linhas de crédito; incentivos fiscais; oferta de orientação técnica; apresentação das leis, normas e regulamentos criados para incentivar o empreendedorismo e o turismo).

Nesse sentido, North (2003) corrobora dizendo que os processos de mudança institucional se dão mediante investimento em capital humano. Pensamento semelhante a este é postulado por Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a) ao defender que a mudança institucional se processa sequencialmente, iniciando pela dimensão cognitiva, alcançando a dimensão normativa e, por último, atingindo a dimensão regulativa. Por isso a importância da promoção de mecanismos, tais quais os citados anteriormente, que busquem desenvolver a dimensão cognitiva e o capital humano.

A partir da leitura de North (2003) e de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a) dentre outros e por meio do contato com os entrevistados surgiram algumas reflexões voltadas a realidade do Rio Grande do Sul: (a) a mudança institucional é uma estratégia de longo prazo, sendo um processo lento e, por isso, deve ser fomentado o quanto antes, seja pelo Poder Público ou através de parcerias público-privadas; associações; ONGs, por meio de iniciativas de lideranças locais; e preferencialmente envolvendo o maior número de atores possível; (b) a instrução formal tende a gerar conhecimento e um maior nível de conhecimento tem sido associado a estrutura cognitiva mais desenvolvida; (c) a participação de um maior número de atores, apesar de uma mediação trabalhosa, na construção e tomada de decisões para determinada região auxilia a conferir legitimidade, pode promover estruturas mais sólidas e de longo prazo, além de facilitar a adesão dos atores envolvidos; e (d) a promoção da transparência dos atos sejam públicos ou de organizações privadas, ao exemplo dos roteiros turísticos, podem, em tese, auxiliar a diminuir a desconfiança, estimular a participação dos atores locais, reduzir conflitos e fortalecer o comportamento de cooperação. Essas ações conjuntamente podem potencializar as sinergias existentes e, desta forma, promover o desenvolvimento local e regional.







A análise por meio das nuvens de palavras corrobora com os achados anteriormente e reforçam quais as dimensões que necessitam ser priorizadas pelo Poder Público a fim de estimular o empreendedorismo no turismo nos roteiros pesquisados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo no turismo é apontado como um caminho para que o desenvolvimento socioeconômico seja alcançado. Ao passo que o turismo é visto como uma atividade potencialmente capaz de evitar o êxodo rural, de diversificar a fonte de renda, beneficiar a mão de obra feminina por meio do empreendedorismo e auxiliar na questão da sucessão na agricultura familiar.

Diante do cenário exposto surgiu a inquietação quanto ao papel desempenhado pelas instituições no empreendedorismo no turismo. E, um caminho para buscar compreender esse desempenho ocorre através das percepções dos empreendedores no turismo, por meio das dimensões regulativa, normativa e cognitiva.

Dessa forma, foi realizado um estudo de dois casos, envolvendo o roteiro das Salamarias, localizado no município de Marau (RS) e o roteiro Via Orgânica, localizado no município de Garibaldi (RS).

Nessa dissertação, buscou-se saber as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo.

Inicialmente, foi caracterizado o perfil dos empreendedores dos roteiros de turismo. A seguir foram descritas as trajetórias de desenvolvimento dos roteiros com ênfase no apoio e/ou restrições das instituições ao empreendedorismo no roteiro. E, por último, foram verificadas as percepções dos empreendedores quanto às instituições a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas.

A partir desse estudo, pode-se dizer que os objetivos propostos foram alcançados, portanto, as considerações finais surgiram através do conjunto de objetivos estabelecidos.

A partir da análise dos empreendimentos dos roteiros surge que somente o roteiro Via Orgânica oferece o serviço de hospedagem. Ambos os roteiros se equiparam na oferta de serviço de Alimentação e, enquanto há o predomínio na oferta de serviços de lazer e de eventos no roteiro Via Orgânica, no roteiro das Salamarias há maior oferta de outros serviços.

Enquanto todos os empreendimentos do roteiro das Salamarias mantêm vínculo com a agricultura e apresentam o predomínio da mão de obra familiar, no roteiro Via Orgânica pouco mais de cinquenta por cento mantêm esse vínculo e, há predomínio da mão de obra mista (familiar mais contratada).



Somente um empreendimento se sustenta com receitas exclusivas do turismo, enquanto que a maioria dos empreendimentos tem em torno de vinte e cinco por centos (25%) de suas receitas provenientes do turismo.

O endividamento no início da atividade de turismo ocorreu para metade dos empreendimentos das Salamarias, por outro lado, somente um empreendimento da Via Orgânica recorreu a financiamento no início da sua atividade.

Os maiores estabelecimentos estão situados no roteiro das Salamarias, sendo que setenta e cinco por cento (75%) desses apresentam áreas superiores a 10 ha. Por outro lado, a maior parte dos empreendimentos da Via Orgânica (66,67%) apresentam áreas inferiores a 10 ha.

Em relação à dimensão regulativa cabe destacar que o roteiro das Salamarias apresenta alguns pontos que necessitam maior atenção do Poder Público: (a) os relacionados à política fiscal; (b) os referentes à adequação e ao tempo para a obtenção de autorizações e licenças; (c) os relativos a necessidade de serem ofertados cursos de fácil acesso voltados à formação profissional para capacitar e atualizar os trabalhadores do turismo e; (d) o que indica a necessidade da formulação de leis e regulamentos relacionados à atividade de turismo no roteiro de forma mais adequada e suficiente. Os demais pontos examinados encontram-se satisfatórios.

O papel do Poder Público municipal é mais bem avaliado quando comparado ao nível estadual e federal. Alguns respondentes expressaram sentirem-se esquecidos pelo Estado e que o Governo Federal nem teria conhecimento da existência dos mesmos.

Também, segundo os empreendedores do roteiro das Salamarias, existe uma lacuna em relação à educação formal, aos cursos profissionalizantes e ao apoio por parte do Poder Público, principalmente nas esferas mais distantes. A atuação do município em parceria com o Sebrae e universidades da região foi reiteradamente citada como um aspecto positivo do Poder Público municipal e como incentivador nas melhorias que vinham sendo executadas, apesar de haver um certo consenso de que essas ações ainda são insuficientes. Outro ponto levantado pelos empreendedores está relacionado ao período da oferta dos cursos. Segundo eles, esses cursos teriam maior audiência caso fossem ofertados no período noturno, pois não interferiria nas suas atividades laborais.

A média geral da dimensão regulativa do roteiro Via Orgânica supera a encontrada para o roteiro das Salamarias, podendo indicar instituições reguladoras mais consolidadas no município de Garibaldi.

Outro fator que, em tese, beneficia a fotografia atual do roteiro Via Orgânica quando esse é analisado lado a lado com o roteiro das Salamarias se deve ao fato do Município de Marau ter iniciado a empreender no turismo mais recentemente do que o Município de Garibaldi e também possuir uma quantidade menor de roteiros no Município e estar menos integrado a outros roteiros na região. Em contrapartida, o roteiro Via Orgânica está inserido em um conjunto de roteiros instalados no município de Garibaldi, fato que tende a fortalecer o turismo local, ampliar o tempo de permanência dos turistas na cidade, além das parcerias com outros municípios da região e da Serra Catarinense. Todas essas ações conjuntamente tendem a fortalecer a atividade de turismo. Outro ponto é que o município de Garibaldi possui mais tradição no empreendedorismo em turismo, pois o mesmo é praticado a bem mais tempo do que no município de Marau.

A dimensão regulativa pesquisada no roteiro Via Orgânica apresenta os seguintes pontos críticos e que necessitam maior atenção por parte do Poder Público são: (a) os relacionados à política fiscal e; (b) o que indica a necessidade da formulação de leis e regulamentos relacionados à atividade de turismo no roteiro de forma mais adequada e suficiente. Os demais pontos examinados encontram-se satisfatórios.

Considerando que, em tese, uma maior qualidade das estruturas regulativas para o empreendedorismo no turismo resultará em uma maior atividade empreendedora no território, os pontos mais frágeis observados nos dois roteiros precisam de atenção para que seja possível estimular e ampliar a atividade empreendedora nas respectivas localidades.

Ambos os roteiros apresentam fragilidades relacionadas à política fiscal e as leis e regulamentos voltados ao empreendedorismo. Nesse sentido, pode estar ocorrendo que tanto a política fiscal quanto a legislação não estejam acompanhando a velocidade das transformações que ocorrem nesse mundo globalizado e, portanto, não consigam atender às necessidades atuais dos empreendimentos.

Da mesma forma, quando se observa a média geral da dimensão regulativa em ambos os roteiros é possível perceber que a qualidade das estruturas regulativas do roteiro das Salamarias é inferior a do roteiro Via Orgânica.

Os empreendedores mencionaram a restrição imposta pela demora em obterem-se autorizações e licenças necessárias para atuar no turismo, as quais podem relacionar-se ao engessamento imposto pelo Poder Público quando na presença de uma disfunção da burocracia. A lentidão nesse processo de obtenção de autorizações e de licenças pode

ser fruto da complexa e ampla legislação que regulamenta as ações dos cidadãos, por vezes, permeada por lacunas e sujeitas a interpretações diversas. Esse conjunto de fatores pode levar a morosidade no serviço público e a ineficiência por parte do Poder Público. Contudo, é importante ter-se em conta o papel regulador do Estado, pois sem ele haveria o risco do mau uso dos bens comuns; destruição de patrimônio histórico-cultural; poluição do meio ambiente; esgotamento dos recursos naturais; ameaça a dignidade humana; exploração da mão de obra; ampliação das desigualdades, dentre outros.

A dimensão normativa pesquisada no roteiro das Salamarias demonstra que a comunidade reconhece o trabalho desenvolvido pelos empreendedores no turismo. Contudo, a opinião e os valores dos habitantes do município Marau não se demonstraram fortes em relação a facilitar o empreendedorismo.

Através dos diálogos estabelecidos ao longo do processo da aplicação do instrumento de pesquisa percebe-se que os empreendedores simpatizam com a ideia da regionalização do turismo, em boa medida por terem visitado empreendimentos em espaços regionalizados e por terem recebido informações positivas a esse respeito.

Apesar de haver certa fragilidade relacionada à opinião e aos valores da sociedade para com o empreendedorismo no turismo, esse sentimento nem sempre está pautado em distanciamento ou falta de benefícios secundários a atividade desenvolvida no roteiro, pois um dos empreendedores relatou que mais cem famílias são beneficiadas pelo seu empreendimento, isso ocorre através da compra de insumos desses pequenos produtores.

Ainda conforme outro respondente, os moradores são neutros em relação à atividade desenvolvida pelo roteiro, isso pode ser consequência de pouca divulgação das suas atividades, levando ao desconhecimento por parte da população e à indiferença.

A dimensão normativa pesquisada no roteiro Via Orgânica apresenta fragilidade referente à influência das opiniões e dos valores no empreendedorismo no turismo. Nesse sentido, o município de Garibaldi tem desenvolvido ações para divulgar os empreendimentos e tornar essa atividade econômica mais conhecida da população local. Isso tem se dado através de convites destinados a comunidade para visitas guiadas pelos empreendimentos. Num primeiro momento, quarenta convites foram ofertados aos moradores da região. E essas visitas ocorreram ao longo de dois sábados pré-agendados.

Os dois roteiros apresentam resultado menos satisfatório ligado às opiniões e valores da população em relação ao empreendedorismo no turismo.

As estruturas normativas de ambos os roteiros, em geral, apresentam boa qualidade e, percebe-se que, em especial, o ponto referente à qualidade no atendimento ao cliente é uma norma levada muito a sério pelos empreendedores no turismo.

Considerando que, em princípio, quanto maior for a ênfase dada pelas estruturas normativas ao empreendedorismo turístico baseado na qualidade de serviço em turismo, maior será a atividade empreendedora nesse território. Então, esse é um fator positivo e que, *ipsu facto*, o empreendedorismo no turismo deve estar sendo estimulado em ambos os roteiros. Nessa direção, considerando a média geral de cada um dos roteiros com referência a dimensão normativa, é reforçada a semelhança de resultados e, por conseguinte, a qualidade encontrada nessa dimensão.

A dimensão cognitiva examinada no roteiro das Salamarias permite identificar pontos mais débeis, dentre os quais é possível citar: (a) o medo de fracassar limita o empreendedorismo; (b) os proprietários rurais próximos aos roteiros não se sentem encorajados a imitar os empreendimentos já estabelecidos para também receber turistas; (c) as pessoas, em geral, não sabem aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas; (d) falta uma mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no turismo e; (e) existe carência de mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo.

Frequentemente os empreendedores rurais se deparam com situações que põe seu negócio em risco. Essas situações decorrem da limitação organizacional e estrutural inerentes ao ambiente do empreendedor rural e que dificultam a tarefa da tomada de decisão com base em dados consistentes e reais.

A dimensão cognitiva pesquisada no roteiro Via Orgânica permite inferir que: (a) a maioria das pessoas não sabe aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas; (b) a maioria das pessoas não sabe como dirigir um pequeno negócio; (c) falta mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no turismo e; (d) não existe uma mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo. Os demais pontos do gráfico são satisfatórios.

O roteiro Via Orgânica também apresenta fragilidade relacionada a treinamento; oferta de cursos; treinamento e capacitação.

Ao se analisar, lado a lado, os gráficos 5 e 6 referentes à dimensão cognitiva surgem que ambos os roteiros apresentam fragilidades em relação à capacidade das pessoas em saber aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas e; a carência de mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo. Ao olhar

para esses gráficos emerge um aspecto positivo em comum, o qual se refere ao apoio recebido e a atuação do Poder Público municipal no processo de consolidação das empresas no turismo.

Através das falas dos empreendedores do roteiro Via Orgânica ficou evidente a sensação que os empreendedores têm de ausência do Estado e da União quanto à atividade desenvolvida no roteiro. Também ficou evidente o reconhecimento do esforço do Poder Público municipal para fomentar o empreendedorismo no turismo. Isso pode estar ocorrendo em função da distância geográfica entre os diversos entes da federação.

A dimensão cognitiva apresenta média geral semelhante entre os dois roteiros; apesar disso, o roteiro das Salamarias apresenta quatro (4) pontos insatisfatórios, enquanto que o roteiro da Via Orgânica apresenta somente um (1) ponto insatisfatório. Portanto, as Salamarias necessita maior atenção por parte do Poder Público.

Através do exame da média geral encontrada para cada uma das três dimensões - regulativa, normativa e cognitiva - tem-se que o roteiro das Salamarias apresenta média geral inferior ao do roteiro da Via Orgânica para as dimensões Regulativas e Cognitivas. Portanto, essas duas dimensões necessitam ser priorizadas pelo Poder Público para estimular o empreendedorismo no turismo, em especial, no roteiro das Salamarias.

A dimensão normativa foi a que apresentou melhores resultados para ambos os roteiros, sendo a dimensão que menos necessita de atenção por parte do Poder Público.

A limitação desse estudo se deve a dificuldade em generalizar os resultados típicos dos estudos de caso.

De acordo com os resultados obtidos na presente pesquisa, é possível sugerir algumas ações no âmbito municipal, a fim de que se possa incrementar o turismo nos roteiros turísticos e estimular o empreendedorismo no turismo. São elas:

- (a) é importante a existência de instituições fortes, principalmente as locais e regionais;
- (b) certamente, seria bem-vindo o desenvolvimento de Políticas Públicas e ações sinérgicas e complementares entre os diversos entes da federação;
- (c) A demora em obterem-se autorizações e licenças necessárias para atuar no turismo pode ser superada através do estabelecimento de protocolos para os serviços públicos e de indicadores de produtividade para os agentes públicos;
- (d) as dificuldades relacionadas à qualificação profissional poderiam ser superadas através da ampliação do diálogo entre o Poder Público e os empreendedores, de forma a planejar cursos que atendam as necessidades de horário e de conteúdo programático desejado pelos gestores do roteiro;

(e) as dificuldades relacionadas a treinamento poderiam ser solucionadas pelo Poder Público por meio de parcerias público-privadas que atuariam para reverter esse quadro, fomentando o empreendedorismo e qualificando o setor;

(f) a opinião e os valores dos habitantes do município Marau não se demonstraram fortes em relação a facilitar o empreendedorismo e, nesse caso, pode ser interessante sensibilizar a população através de maior divulgação sobre o papel econômico, social e cultural dos empreendimentos no próprio desenvolvimento do Município. Também seriam bem-vindas iniciativas voltadas a apresentar o roteiro aos moradores da região. Isso pode ocorrer a partir de convite para visitação aos empreendimentos, com oferta de programação voltada à comunidade e dessa forma aproximar os empreendedores dos cidadãos. Também pode se dar por atividades pedagógicas desenvolvidas em parceria com as escolas do município e com o Poder Público;

(g) considerando que quanto maior é o desenvolvimento e a difusão de estruturas cognitivas que facilitam modelos de empreendedorismo turístico, baseados na qualidade de serviços no turismo, maior será a atividade empreendedora nesse território; o Poder Público precisa fomentar o desenvolvimento e a difusão, principalmente, dos pontos que possam fragilizar ou restringir as estruturas cognitivas.

Em síntese, a partir da análise dos gráficos 7 e 8 referentes a cada um dos roteiros denota-se que o roteiro das Salamarias é, atualmente, o que mais necessita de apoio por parte do Poder Público, com ênfase para a dimensão regulativa, seguida da dimensão cognitiva.

As dimensões Regulativas e Cognitivas necessitam ser priorizadas pelo Poder Público para estimular o empreendedorismo no turismo, em especial, no roteiro das Salamarias.

Portanto, novos estudos desenvolvidos em outros municípios e até em outros países seriam bem-vindos.

## REFERÊNCIAS

AUGUSTO, Cleiciele A.; SOUZA, José P.; CARIO, Silvio A. F. Nova economia institucional: vertentes complementares. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 93-108, jan./mar. 2014.

AZEVEDO, Paulo F. de. Nova economia institucional: referencial geral e aplicações para a agricultura. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 47, n.1, p. 33-52, 2000.

BAVARESCO, Suelen. **Turismo no meio rural como alternativa para a permanência no campo**: um estudo da Rota das Salamarias. 2017. 44 f. Trabalho de conclusão (Graduação) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do turismo**. Brasília, DF, 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-aco-es-e-programas/4882-programa-de-regionalizacao-do-turismo.html>>. Acesso em: 29 set. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos conceituais**. Brasília, DF, 2010. Disponível em:<[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marcos\\_Conceituais.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo**: formação de gestores das políticas públicas do turismo. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2009. 312 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de regionalização do turismo**: roteiros do Brasil: módulo operacional 7: roteirização turística. Brasília, 2007. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/modulox20operacional\\_7\\_roteirizacao\\_turistica.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo sustentável e alívio da pobreza no Brasil**: reflexões e perspectivas. Brasília, DF, 2005. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/tu000017.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2017.

BRIZOLLA, T.; LIMA, A. C. G. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo**: turismo e sustentabilidade: formação de redes e ação municipal para regionalização do turismo. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2008. 193 p. Curso de Regionalização do Turismo – Livro 1.

BUHALIS, Dimitrios. Tourism on the greek islands: issues of peripherality, competitiveness and development. **International Journal of Tourism Research**, Chichester, v.1, n. 5, p. 341-358, 1999.

CIZLER, J. Opportunities for the sustainable development of rural areas un Serbia. **Problemy Ekorozwoju**, [Poland], v.8, n. 2, p. 85-91, 2013.

COASE, R. H. The nature of the firm. **Economica**, London, v. 4, n. 16. p. 386-405, nov. 1937.

CONCEIÇÃO, Octavio A. C. Os antigos, os novos e os neoinstitucionalistas: há convergência teórica no pensamento institucionalista. **Revista Análise Econômica**, Porto Alegre, v. 19, n. 36. p. 25-45, set. 2001.

COMMONS, John R. Institutional economics. **The American Economic Review**, Nashville, v. 21, p. 648-657, 1931.

DATHEIN, Ricardo et al. (Org.). **Desenvolvimentismo**: o conceito, as bases teóricas e as políticas. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015. 376 p.

DEMSETZ, Harold. Toward a theory of property rights. **The American Economic Review**, Nashville, v. 57, n. 2, p. 347-359, may 1967.

DINIS, Anabela. Para um turismo rural sustentável: empreendedorismo, estratégia de nicho e redes como fatores de preservação e inovação no espaço rural. In: SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo (Org.). **Turismo rural**: iniciativas e inovações. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011. cap. 1, p. 13-65.

DOH, K.; PARK, S.; KIM, D. Y. Antecedents and consequences of managerial behavior in agritourism. **Tourism Management**, Guildford, v. 61, p. 511-522, 2017.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

ELESBÃO, Ivo. O turismo no contexto das transformações do espaço rural brasileiro. In: CRISTÓVÃO, Artur et al. (Org.). **Turismo rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2014. cap. 10, p. 241-266.

ELESBÃO, Ivo; TEIXEIRA, Andressa R. Turismo e agricultura familiar: o papel das iniciativas locais na valorização do mundo rural. In: SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo (Org.). **Turismo rural**: iniciativas e inovações. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011. cap. 7, p. 265-289.

FAGUNDES, C.; SCHREIBER, D.; ASHTON, M. S. G. Gestão ambiental, turismo sustentável e produção orgânica: tripé de êxito em organização do Sul do Brasil. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 10, n. 2, p. 370-387, 2018.

FAORO, Daiane Thaise de Oliveira. **Estratégias de diversificação de sustento rural dos produtores rurais da rota das Salamarias de Marau - RS**. 2017. 131 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis, Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2017. Disponível em: < <http://tede.upf.br/jspui/handle/tede/1407>>. Acesso em: 06 jul. 2018.

FARINA, Elizabeth M. M. Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Gestão & Produção**, São Carlos, v.6, n.3, p. 147-161, dez. 1999.



FARINA, Elizabeth M. M. Q.; AZEVEDO, Paulo F. de; SAES, Maria S. M. **Competitividade: mercado, estado e organizações**. São Paulo: Singular, 1997.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas técnicas para o trabalho científico, que todo mundo pode saber, inclusive você**: explicitação das normas da ABNT. 2. ed. Porto Alegre: [s.n], 2002.

FURTADO, Jeremias Dias; GARCÍA-CABRERA, Antonia Mercedes; GARCÍA-SOTO, Maria Garcia. Empreendedorismo turístico em pequenos territórios insulares: uma análise institucional. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, Aveiro, v. 4, n. 21/22, p. 227-238, 2014a.

FURTADO, Jeremias Dias; GARCÍA-CABRERA, Antonia Mercedes; GARCÍA-SOTO, Maria Garcia. Papel do turismo no desenvolvimento das periferias de uma pequena economia insular rumo à convergência interregional. **Revista Vozes dos Vales**, Teófilo Otoni, v. 3, n. 6, p. 1-39, 2014b.

GALA, Paulo. A Retórica na economia institucional de Douglass North. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 23, n. 2, p. 123-134, abr./jun. 2003.

GARROD, B.; WORNELL, R.; YOUELL, R. Re-conceptualising rural resources as countryside capital: the case of rural tourism. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 22, n. 1, p. 117-128, 2006.

GAVIOLI, Maria C.; BASTOS, Sênia R. A hospitalidade da nova cena gastronômica promovida por sites de compartilhamento de refeições. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 9.; HOSPITALIDADE EM COLÓQUIO: PESQUISA E ENSINO, 2., 2017. Caxias do Sul. **Anais...Caxias do Sul**: Universidade de Caxias do Sul, 2017. 8 p.

GHADERI, Z.; HENDERSON, J. C. Sustainable rural tourism in Iran: a perspective from Hawraman Village. **Tourism Management Perspectives**, Amsterdam, v. 2/3, p. 47-54, apr./july 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Leonardo Giovane M.; RIBEIRO, Renata Maria. Rota e roteiro: desafios para uma nova conceituação. **Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo**, Curitiba, v. 5, n. 7, p. 4-18, jul./dez. 2016.

GONÇALVES, Leonardo Giovane M.; RIBEIRO, Renata Maria. Rota e roteiro: desafios para uma nova conceituação. In: FESTIVAL DAS CATARATAS, 10.; FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU, IX. Foz do Iguaçu. **Anais...Foz do Iguaçu: Turismo, Inovação e Tecnologia**, 5., 2015. 17 p.

GREIF, Avner; MOKYR, Joel. Institutions and economic history: a critique of professor McCloskey. **Journal of Institutional Economics**, Cambridge, Dec. 2015. Disponível em: <<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-institutional-economics/article/institutions-and-economic-history-a-critique-of-professor->

mccloskey/84B81FE15DE0BFBFD863F81059C570B6/core-reader>. Acesso em: 30 maio 2018.

GUERRIERO, Carmine. Endogenous Institutions and Economic Outcomes (April 4, 2019). **Amsterdam Law School Research Paper No.2013-39**; Amsterdam Center for Law & Economics Working Paper No. 2013-09. 61 p.

HOWITT, J.; MASON, C. W. Ecotourism and sustainable rural development in Pérez Zeledón, Costa Rica. **Journal of Rural and Community Development**, Brandon, v. 13, n. 1, p. 67-84, 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades:** Marau. Rio de Janeiro, 2018a. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/marau/panorama>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades:** Garibaldi. Rio de Janeiro, 2018b. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/garibaldi/panorama>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Coordenação de Serviços e Comércio. **Pesquisa de serviços de hospedagem:** 2016. Rio de Janeiro, 2017.

IDESTUR - INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL. **Guia PETR:** panorama empresarial de turismo rural 2011. São Paulo, 2011.

IICA - INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA A AGRICULTURA. **Estudo preliminar da cadeia produtiva:** turismo rural Brasil. Brasília, DF, 2013.

JERÓNIMO, Pedro Miguel. **Estudo socioantropológico do jogo e do desporto:** análise da percepção dos treinadores face à dinâmica das regras de basquetebol nos últimos 5 anos. 2004. 45 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Coimbra, Coimbra, 2004. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10316/17583>>. Acesso em: 30 set. 2017.

KASTENHOLZ, Elisabeth. Marketing de empreendimentos e destinos turísticos rurais: uma abordagem integrada e sustentável. In: SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo (Org.). **Turismo rural:** iniciativas e inovações. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011. cap. 5, p. 2015-242.

KAUARK, Fabiana et al. **Metodologia da pesquisa:** guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

KIEFFER, M.; BURGOS, A. Productive identities and community conditions for rural tourism in Mexican tropical drylands. **Tourism Geographies**, London, v. 17, n.4, p. 561-585, 2015.

LANE, Bernard. Turismo rural de segunda geração: prioridades & questões de pesquisa. In: CRISTÓVÃO, Artur et al. (Org.). **Turismo rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2014. cap. 1, p. 17-47.

LIEBERHERR, Eva. **Policy relevance of new institutional economics?** assessing efficiency, legitimacy and effectiveness. Lausanne: EPFL, TUDelft, 2009. (Discussion paper series on the Coherence between institutions and technologies in infrastructures, WP0906).

LIMA, Daisy Costa. Garibaldi: Rio Grande do Sul. Rio de Janeiro: IBGE, 1972. 24 p. (Coleção de monografias, n. 517).

LIU, A. Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia. **Tourism Management**, Guildford, v.27, n. 5, p. 878-889, 2006.

MACGEHEE, N. G.; Knollenberg, W.; Komorowski, A. The central role of leadership in rural tourism development: a theoretical framework and case studies. **Journal of Sustainable Tourism**, Abingdon, v.23, n. 8/9, p. 1277-1297, 2015.

MALDONADO, Carlos. O turismo rural comunitário na América Latina - gênese, características e políticas. In: Bartholo *et al.* (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MARKANTONI, M. et al. Contributing to a vibrant countryside? the impact of side activities on rural development. **Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie**, Oxford, v. 104, n. 3, p. 292-307, July 2013.

MARODIN, Raquel. **O apoio do poder público para o turismo rural: rota das Salamarias: município de Marau/RS**. 2011. 53 f. Trabalho de conclusão (Graduação) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

MATTOS, Carlos A. Nuevas teorías del crecimiento económico: una lectura desde la perspectiva de los territorios de la periferia. **Revista de Estudios Regionales**, Málaga, n. 58, p. 15-44, sept./dic. 2000.

MELLON, Vicky; BRAMWELL, Bill. The temporal evolution of tourism institutions. **Annals of Tourism Research**, Elsevier, v.69(C), pages 42-52, 2018.

MÉNARD, Claude; SHIRLEY, Mary M. **Handbook of new institutional economics**. Dordrecht: Springer, 2005.

MENDES, Krisley; FIGUEIREDO, Jeovan de Carvalho; MICHELS, Ildo Luiz. A nova economia institucional e sua aplicação no estudo do agronegócio brasileiro. **Revista de Economia e Agronegócio**, Viçosa, v. 6, n. 3, p. 309-342, 2009.

MIGUEZ, Gonzalo C. Economía de las instituciones: de Coase y North a Williamson y Ostrom. **Ekonomiaz**: revista vasca de economía, Vitoria-Gasteiz, n. 77, p. 14-51, 2011.

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

NORTH, Douglass C. **The role of institutions in economic development**. Geneva: UNECE, 2003. (Discussion Paper Series, 2003.2).

NORTH, Douglass C. Institutions. **Journal of Economic Perspectives**, Pittsburgh, v. 5, n. 1, p. 97-112, winter 1991.

NORTH, Douglass C. Entendendo o processo de mudança econômica. **Revista Banco de Ideias**, Rio de Janeiro, n. 46, 2009. (Clássicos Liberais). 18 p.

NORTH, Douglass C. **Las bases de la nueva economía institucional**. Washington, DC: Center for International Private Enterprise, [20--?]. 14 p. Disponível em: <[http://www.developmentinstitute.org/wp-content/uploads/2015/05/north\\_script\\_sp.pdf](http://www.developmentinstitute.org/wp-content/uploads/2015/05/north_script_sp.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2018.

ORR, Ryan J.; SCOTT, W. Richard. Institutional exceptions on global projects: a process model. **Journal of International Business Studies**, Atlanta, v. 39, n. 4, p. 562-588, june 2008.

PADILHA, Ana C. M. et al. A estratégia de diversificação do sustento no meio rural a partir da exploração do turismo: o caso da erva mate Pagnussat de Marau. In: MARQUETTO, R. M. F.; SILVEIRA, J. S. T. (Org.). **Produtos agroalimentares e desenvolvimento regional**. Santo Ângelo: FuRI, 2016. v. 2, cap. 1, p. 170-185.

PALTHE, Jennifer. Regulative, normative, and cognitive elements of organizations: implications for managing change. **Management and Organizational Studies**, Hawthorne, v. 1, n. 2, p. 59-66, 2014.

PEREIRA, Adriano José; DATHEIN, Ricardo. Processo de aprendizado, acumulação de conhecimento e sistemas de inovação: a "coevolução das tecnologias físicas e sociais" como fonte de desenvolvimento econômico. **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas, v. 11, n. 1, p. 137-166, jan./jun. 2012.

PESSALI, Huáscar; DALTO, Fabiano. A mesoeconomia do desenvolvimento econômico: o papel das instituições. **Nova Economia**, Belo Horizonte, v. 20, n. 1, p. 11-37, jan./abr. 2010.

PETERS, Mike; KALLMUENZER, Andreas; BUHALIS, Dimitrios. Hospitality entrepreneurs managing quality of life and business growth. **Current Issues in Tourism**, Abingdon, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1437122>>. Acesso em: 01 Jun. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI - RS. **[Dados obtidos da página]**. Garibaldi, 2019. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/prefeitura/rs/garibaldi?q=turismo&page=59>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI - RS. **História de Garibaldi.**

Garibaldi, 2018a. Disponível em: <<http://www.garibaldi.rs.gov.br/a-cidade/historia-de-garibaldi/>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI - RS. **Município de Garibaldi.**

Garibaldi, 2018b. Disponível em: <<http://www.garibaldi.rs.gov.br/a-cidade/mapas-da-cidade/>>. Acesso em: 09 nov. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU - RS. [**Dados obtidos da página**]. Marau, 2019. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/legislacao-municipal/4100/leis-de-marau?q=turismo&page=49>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU - RS. **História de Marau.** Marau, 2018c.

Disponível em: <<http://www.pmmarau.com.br/conheca-marau/historia-de-marau>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAU - RS. **Mapa da Rota das Salamarias.**

Marau, 2018d. Disponível em: <<http://www.salamarias.com.br/mapa>>. Acesso em: 09 nov. 2018.

QUARANTA, G.; CITRO, E.; SALVIA, R. Economic and social sustainable synergies to promote innovations in rural tourism and local development. **Sustainability**, Basel, v. 8, n. 7, [art.] 668, 2016.

QIAN, C. et al. Local livelihood under different governances of tourism development in China: a case study of Huangshan mountain area. **Tourism Management**, Guildford, v. 61, p. 221-233, aug. 2017.

RAO, S. Leveraging global value chains to bridge the gap between rural and global economies: case of North Carolina's Appalachian automotive industry. **Journal of Rural and Community Development**, Brandon, v. 13, n. 1, p. 105-124, 2018.

RAMOS, Dulcineia Basílio. **O planejamento em turismo e as redes no desenvolvimento local**: o caso da região oeste. 2016. 565 f. Tese (Doutorado em Turismo) - Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2016.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

RUEF, Martin; SCOTT, W. Richard. A multidimensional model of organizational legitimacy: hospital survival in changing institutional environments. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 43, n. 4, p. 877-904, Dec. 1998.

SÁNCHEZ-ZAMORA, P.; GALLARDO-COBOS, R.; CEÑA-DELGADO, F. Rural areas face the economic crisis: analyzing the determinants of successful territorial dynamics. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 35, p. 11-25, July 2014.

- SCHERER, Luciana et al. A Rota Via Orgânica: uma estratégia de desenvolvimento local baseado no turismo e na gastronomia. **TURyDES: turismo y desarrollo**, Málaga, n. 22, jun. 2017.
- SCOTT, W. Richard. **Institutions and organizations: ideas, interests and identities**. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE, 2014.
- SCOTT, W. Richard. Institutional theory: contributing to a theoretical research program. In: SMITH, Ken G.; HITT, Michael A. (Ed.). **Great minds in management: the process of theory development**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2004. p. 01-47.
- SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia da Letras, 2010.
- SESSA, Celso B.; GRASSI, Robson A. Uma abordagem integrada da economia evolucionista e da nova economia institucional para entendimento da relação universidade-empresa: o caso NEXEM/UFES. **Revista Economia Ensaios**, Uberlândia, v. 25, n. 1, p. 33-58, jul./dez. 2010.
- SIDALI, K. L.; KASTENHOLZ, E.; BIANCHI, R. Food tourism, niche markets and products in rural tourism: combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. **Journal of Sustainable Tourism**, Abingdon, v. 23, n. 8/9, p. 1179-1197, 2015.
- SIFFERT FILHO, Nelson F. A economia dos custos de transação. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 103-128, dez. 1995.
- SILVA, Emilin Joma da. Caracterização do cenário do empreendedorismo rural no Brasil: uma revisão bibliográfica. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 142-151, jul./set. 2017.
- SILVA, Francisco A. dos Santos da. **Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores**. 2013. 433 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2013.
- SIMÕES, Andre. Instituições e desenvolvimento econômico: os contrastes entre as visões da Nova Economia Institucional (NEI) e dos neoinstitucionalistas. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 35, n.1, p. 33-54, jun. 2014.
- SIMAN, Renildes F.; CONCEIÇÃO, Octávio A. C.; FILIPPI, Eduardo E. A economia institucional: em busca de uma teoria do desenvolvimento rural. **Perspectiva Econômica**, São Leopoldo, v. 2, n. 2, p. 37-55, jul./dez. 2006.
- SOTERIADES, M. D.; TYROGALA, E. D.; VARVARESSOS, S. I. Contribution of networking and clustering in rural tourism business. **Tourismos**, 4 (4), p. 35-55, 2009.
- SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. São Paulo: Aleph, 2000.

TEDESCO, João Carlos. Modernização, patrimônio cultural e dinâmicas familiares: estratégias camponesas e territoriais de desenvolvimento no centro-norte do RS. **RURIS: Revista do Centro de Estudos Rurais**, Campinas, v. 4, n. 1, p. 133-166, mar. 2010.

TOMEI, Patricia A.; LIMA, Daniela A. O empreendedor rural e a inovação no contexto brasileiro. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 11, 2015, Rio de Janeiro. [**Anais ...**]. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2015. [Trabalho] T\_15\_384.

TRICHEZ, Lucélia F. **Turismo rural no município de Marau RS: o processo de formação da Rota das Salamarias**. 2013. 53 f. Trabalho de conclusão (Graduação) - Curso de Tecnólogo em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural a Distância, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

WILLIAMSON, Oliver E. **The mechanisms of governance**. New York: Oxford University Press, 1996.

WILLIAMSON, Oliver E. Transaction cost economics. In: WILLIAMSON, Oliver E. **The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting**. New York: The Free Press, 1985. cap. 1, p. 15-42.

UNWTO - WORLD TOURISM ORGANIZATION. **UNWTO annual report 2017**. Madrid 2018a. Disponível em: <<https://doi.org/10.18111/9789284419807>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

UNWTO - WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Press release: UNWTO hails wine tourism as an approach to sustainable rural development**. Madrid, 2018b. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/es/node/50960>>. Acesso em: 11 jan. 2018.

UNWTO - WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Global report on shopping tourism**. Madrid, 2014. (AM Reports, v.8). Disponível em: <[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am9-shopping-report\\_v2.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am9-shopping-report_v2.pdf)>. Acesso em: 28 set. 2017.

UNWTO;UNEP. WORLD TOURISM ORGANIZATION. UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **Making tourism more sustainable: a guide for policy makers**. Paris; Madrid, 2005. Disponível em: <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

WCED - WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Brundtland Commission. **Our common future**. New York: Oxford University, 1987. Disponível em: <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

YING, T.; JIAJIANG, J.; ZHOU, Y. Networks, citizenship behaviours and destination effectiveness: a comparative study of two chinese rural tourism destinations. **Journal of Sustainable Tourism**, Abingdon, v. 23, n. 8/9, p. 1318-1340, 2015. Disponível em:

<<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669582.2015.1031672?needAccess=true>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

ZYLBERSZTAJN, Décio. **Papel dos contratos na coordenação agroindustrial: um olhar além dos mercados.** Revista de Economia e Sociologia Rural, Rio de Janeiro, v. 43, n. 3, p. 385-420, jul./set. 2005.

ZYLBERSZTAJN, Décio. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições.** 1995. 241 f. Tese (Livre Docência) - Departamento de Administração, Faculdade de Economia Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

ZULIAN, Aline; MARIN, Solange Regina; FEISTEL, Paulo Ricardo. Indivíduos, instituições e desenvolvimento econômico. **Revista Economia & Tecnologia**, Curitiba, v. 10, n. 4, p. 61-69, out/dez. 2014.



**APÊNDICE A - ROTEIRO DIRECIONADO AOS EMPREENDEDORES DO  
ROTEIRO SALAMARIAS / ROTEIRO VIA ORGÂNICA.**

Data da entrevista: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Nome do (s) entrevistado (S): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Nome do Município: \_\_\_\_\_

Nome do Estabelecimento: \_\_\_\_\_

Nesta parte gostaríamos de conhecer um pouco sobre o perfil do empreendedor.

Este formulário procura obter informações sobre os empreendedores do setor de turismo pertencentes aos municípios de Marau que integram o roteiro das Salamarias e os empreendedores do município de Garibaldi que integram o roteiro Via Orgânica. Esse formulário busca caracterizar o empreendedor. Para tanto, convido o (a) senhor (a) a responder o seguinte questionário.

Dados sobre proprietários ou gestores do empreendimento.

Nome:	Medida	Resposta		
		1	2	3
Sexo	(F) Feminino; (M) Masculino.			
Idade	Em anos.			
Escolaridade	Ex.: primeiro grau; ensino médio; ensino superior.			
Possui experiência em gestão	(1) nenhuma; (2) pouca; (3) média e (4) muita.			
Horas semanais dedicadas à atividade de turismo	(1) menos de 10h; (2) mais de 10h e até 20h; (3) mais de 20h e até 40h; (4) mais de 40h.			
Horas diárias dedicadas à atividade agrícola	(1) até 2h; (2) mais de 2h e até 4h; (3) mais de 4h e até 8h; (4) mais de 8h.			

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

**APÊNDICE B - ROTEIRO REFERENTE AOS EMPREENDIMENTOS DO  
ROTEIRO SALAMARIAS / ROTEIRO VIA ORGÂNICA.**

Dados sobre o empreendimento.

Nome:	Medida	Resposta
Tipo de serviço de turismo	(1) lazer; (2) alimentação; (3) hospedagem; (4) eventos; e (5) outros, especificar qual tipo.	
Vinculação à exploração agrícola do empreendimento	(1) sem vinculação; (2) com vinculação.	
Tipo de mão de obra do empreendimento	(1) familiar; (2) contratada; (3) familiar + contratada.	
Renda atual procedente da atividade de turismo	Percentual (%) da renda total que procede da atividade de turismo.	
Acesso a recursos financeiros/endividamento no começo da atividade de turismo	Em percentual (%).	
Tamanho do estabelecimento	Área física (hectares ou alqueires).	
Criação da empresa de turismo (inscrição municipal e/ou outros órgãos públicos. CNPJ, MEI)	(1) não se cria empresa; (2) sim, se cria empresa; e (3) sim, já criei empresa.	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

## APÊNDICE C - ROTEIRO DIRECIONADO AOS EMPREENDEDORES DO ROTEIRO SALAMARIAS / ROTEIRO VIA ORGÂNICA.

Nesta parte gostaríamos de conhecer um pouco sobre a sua percepção em relação às instituições regulativas existentes. As instituições regulativas incluem as leis, regulamentos, normas e políticas formadas pelo Poder Público para promover certos tipos de comportamento e restringir outros. Agora, convido o (a) senhor (a) a responder ao seguinte questionário.

Percepção das instituições regulativas.

Dimensão regulativa
Instruções: Faça um círculo na alternativa que melhor representa seu acordo ou desacordo com a atitude expressa em cada item. Interessa-nos sua opinião.
A regionalização do turismo seria bem vista pelos cidadãos, candidatos a empresários e empresários já instalados.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Existem normas regulativas para assegurar a qualidade dos produtos e serviços prestados pelos empreendimentos do roteiro.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
As autorizações e licenças necessárias para atuar no turismo são adequadas a essa atividade e são obtidas em pouco tempo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Existe informação disponível sobre como iniciar e gerir um novo negócio no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
A política fiscal existente facilita a criação e/ou manutenção dos empreendimentos de turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
As leis e regulamentos relacionados à atividade de turismo são adequadas e suficientes para a criação e/ou manutenção dos empreendimentos.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Existem cursos de fácil acesso voltados à formação profissional para capacitar e atualizar os trabalhadores do turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
A administração municipal realiza controles regulares para verificar a qualidade dos produtos e serviços ofertados no roteiro.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
O apoio e a atuação do Poder Público municipal facilitam a criação e/ou manutenção de empreendimentos no setor do turismo no roteiro.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a).

## APÊNDICE D - ROTEIRO DIRECIONADO AOS EMPREENDEDORES DO ROTEIRO SALAMARIAS / ROTEIRO VIA ORGÂNICA.

Nesta parte gostaríamos de conhecer um pouco sobre a sua percepção em relação às instituições normativas existentes. As instituições normativas incluem os valores pessoais e da comunidade, as normas e crenças sobre o comportamento humano admissível. Essa instituição define as metas ou objetivos socialmente aceitáveis e comunitariamente admitidos. Agora, convido o (a) senhor (a) a responder ao seguinte questionário.

Percepção das instituições normativas.

Dimensão normativa
Instruções: Faça um círculo na alternativa que melhor representa seu acordo ou desacordo com a atitude expressa em cada item. Interessa-nos sua opinião.
Os empreendedores de turismo são vistos como pessoas competentes e de sucesso, e seu trabalho é valorizado na comunidade.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Diversificar a atividade agroindustrial para receber turistas é considerada uma forma adequada para aumentar os rendimentos da família.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
A qualidade no atendimento ao cliente é uma norma que se leva muito a sério.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Valorizam-se positivamente as habilidades empresariais, a capacidade criativa e o pensamento inovador.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
As opiniões e valores da população facilitam a criação e/ou a consolidação de empresas no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a).

## APÊNDICE E - ROTEIRO DIRECIONADO AOS EMPREENDEDORES DO ROTEIRO SALAMARIAS / ROTEIRO VIA ORGÂNICA.

Nesta parte gostaríamos de conhecer um pouco sobre a sua percepção em relação às instituições cognitivas existentes. A dimensão cognitiva reflete o conhecimento econômico-empresarial compartilhado pelas organizações e indivíduos de um determinado território e inclui as decisões e formas organizativas que tenham sido aplicadas com sucesso por outras organizações, independente do setor de atividade ao qual pertençam. Agora, convido o (a) senhor (a) a responder ao seguinte questionário.

Percepção das instituições cognitivas.

Dimensão cognitiva
Instruções: Faça um círculo na alternativa que melhor representa seu acordo ou desacordo com a atitude expressa em cada item. Interessa-nos sua opinião.
O medo de fracassar impede que as pessoas iniciem o seu negócio voltado a receber turistas.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
É habitual que proprietários próximos ao roteiro imitem os empreendimentos já estabelecidos para também receber turistas.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Muitas pessoas sabem aproveitar as boas oportunidades para começar a receber turistas.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
A maioria das pessoas sabe como dirigir um pequeno negócio.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Existe uma mão de obra com experiência em prestação de serviços e atendimento ao cliente no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Muitas pessoas conhecem a qualidade desejada pelo cliente no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
Existe uma mão de obra com experiência em gestão de empresas no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
O conhecimento e caráter da população facilitam a consolidação de empresas no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.
O apoio e a atuação do Governo facilitam a consolidação das empresas no turismo.
Considere: (1) discordo plenamente; (2) discordo; (3) indeciso; (4) concordo; e (5) concordo plenamente.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Furtado; García-Cabrera; García-Soto (2014a).

## APÊNDICE F - TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO E ESCLARECIDO

### Carta de Apresentação

A aluna Ângela Cristina Albarello Marins mestranda em Agronegócios pelo CEPAN (UFRGS), está fazendo uma entrevista com empreendedores de propriedades receptivas de turismo com o objetivo de saber as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo.

A participação é livre e voluntária.

É garantido ao entrevistado receber esclarecimentos com relação a questões relacionadas à entrevista. O anonimato do (s) respondente (S) será mantido.

As informações serão usadas apenas para atividade acadêmica, com fins didáticos.

Os responsáveis pela atividade são a pesquisadora Ângela Cristina Albarello Marins e o Docente Marcelino de Souza, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, telefone 3308-3281 e/ou 3308-6586.

Desde já agradecemos sua participação e contribuição.

## APÊNDICE G - FOLHA INFORMATIVA DA PESQUISA

Eu, Ângela Cristina Albarello Marins, aluna do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios - CEPAN da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, convido o (a) senhor (a) a participar, como voluntário, da pesquisa intitulada "Percepções dos empreendedores quanto aos estímulos e restrições institucionais em dois roteiros turísticos".

O foco do estudo é saber as percepções dos empreendedores em roteiros turísticos em relação aos eventuais apoios e/ou restrições das instituições para o desenvolvimento do turismo.

O (a) senhor (a) está sendo convidado a participar, por ser um dos atores do roteiro turístico que é objeto desse estudo. Os resultados das entrevistas serão utilizados como dados a serem analisados em uma dissertação de mestrado. Desde logo fica garantido o anonimato do respondente.

Caso seja necessário, a entrevista poderá ser gravada e posteriormente transcrita para análise e utilização na dissertação e os dados (gravações e entrevistas) poderão ser utilizados para publicações de caráter científico (artigos, revistas, livros). O (a) senhor (a) pode aceitar ou não fazer parte desta pesquisa.

O senhor/senhora receberá uma via assinada do termo de consentimento informado e esclarecido; ficando outra via assinada com a pesquisadora.

O questionário contém cinco (5) partes, a primeira e a segunda a serem respondidas pretende caracterizar, respectivamente, o perfil dos empreendedores e dos empreendimentos dos roteiros turísticos, e da terceira a quinta se destinam a verificar a percepção dos empreendedores a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas.

Nesta parte gostaríamos de conhecer um pouco sobre o perfil do empreendedor. Para tanto, convido o (a) senhor (a) a responder o seguinte questionário (quadro 1 e 2).

A próxima fase contém três (3) partes. Nessa etapa gostaríamos de saber a sua percepção quanto às instituições a partir das dimensões regulativas, normativas e cognitivas. Para tanto, convido o (a) senhor (a) a responder os quadros 3, 4 e 5 do questionário.

Muito obrigada pela sua participação.

## APÊNDICE H - EVOLUÇÃO DAS AÇÕES VOLTADAS AO EMPREENDEDORISMO NO TURISMO - MARAU (RS).

O objetivo da apresentação das ações voltadas ao empreendedorismo no turismo foi possibilitar um maior entendimento sobre o processo de fomento do turismo pelo município de Marau (RS), apresentando de forma sistematizada e cronológica as principais ações ao longo do período. Mesmo que nem todas as iniciativas representem uma intervenção governamental direta, todas foram importantes na formação das diversas Políticas Públicas relacionadas ao empreendedorismo no turismo.

### Evolução das Ações voltadas ao Empreendedorismo no Turismo

ANO	INICIATIVA VOLTADA AO EMPREENDEDORISMO NO TURISMO
<b>1967</b>	Lei Nº 372, de 14.09.1967 criou o Conselho Municipal de Marau (CCM) que dispões sobre as atribuições e da composição do CCM, sendo que um dos departamentos criados é o Departamento de Turismo e de Urbanização. O Art. 5º traz que compete ao Departamento Econômico e Administrativo estudar e promover medidas para o desenvolvimento econômico do Município. O Art. 8º apresenta as competências do Departamento de Turismo e Urbanização, dentre as quais cabe destacar: (a) coordenar e promover atividades, visando o fomento ao turismo e; (b) Assessorar o Poder Público, no estabelecimento da Política de atração turística do Município.
<b>1997</b>	Lei Nº 2535, de 18.03.1997 autorizou o Poder Executivo firmar termo de cooperação técnica com a Universidade de Passo Fundo e a Comissão Municipal de emprego e Renda, buscando propiciar aos empreendedores no Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER/RS), orientação, capacitação e assistência técnica necessária para os projetos econômicos, visando garantir o sucesso de seus empreendimentos; e possibilitar aos empreendedores toda orientação e acompanhamento necessários nas diversas etapas do programa. Competindo a Universidade a elaboração de diagnóstico socioeconômico do Município, identificando prioridades e potencialidades locais; orientar os empreendedores para a elaboração do projeto econômico; realizar análise e viabilidade econômico-financeira dos projetos e emitir parecer aos projetos econômicos dos empreendedores; realizar cursos de capacitação técnico-gerencial para empreendedores; e realizar assistência técnica aos empreendedores, por meio de visitas para trabalhar as necessidades específicas dos empreendedores. As despesas decorrentes desta Lei correram por conta de dotações orçamentárias consignadas à Secretaria Municipal da Indústria, comércio, habitação e turismo.
<b>1999</b>	Lei Nº 2798, de 20.04.1999 criou o Conselho Municipal de Turismo e Cultura (COMTURC), o qual foi encarregado do estudo e solução de problemas concernentes à política de turismo e cultura do Município, com funções de caráter consultivo e fiscalizador, sobre as matérias



	apresentadas para exame pelos órgãos executivos municipais. Dentre as suas competências tinha-se: (a) propor e fiscalizar ações e políticas de desenvolvimento do turismo e da cultura a partir de iniciativas governamentais e ou em parceria com agentes privados; (b) promover e incentivar estudos, eventos, atividades permanentes e pesquisas na área do turismo e da cultura; (c) contribuir na definição da política turística e cultural que foi implantada pela administração pública municipal; (d) propor e analisar políticas de geração e captação de recursos para o setor; (e) colaborar na articulação das ações entre organismos públicos e privados; (f) emitir e analisar pareceres sobre questões técnicas das áreas de turismo e cultura; (g) acompanhar, avaliar e fiscalizar as ações turísticas e culturais desenvolvidas no Município; (h) criar cadastro de entidades turísticas e culturais do Município e incentivar a permanente atualização; (i) promover o intercâmbio com outras entidades turísticas e culturais visando atrair correntes turísticas; (j) promover a valorização dos elementos da natureza, tradição, costumes, manifestações culturais e outras que constituam atração para o turismo; (k) opinar sobre a propaganda turística interna e externa em assuntos que digam respeito ao prestígio do Município dentre outras.
<b>1999</b>	Decreto Nº 2299, de 24.06.1999 aprovou o Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo e Cultura o qual foi composto por trinta e três Artigos distribuídos ao longo de sete capítulos.
<b>2000</b>	Lei Nº 2967, de 01.08.2000 dispõe sobre o Plano Diretor do Município que determinou a forma de ocupação e usos do território dentre outras providências.
<b>2002</b>	Lei Nº 3201, de 26.03.2002 autorizou o Município a celebrar Convênio e repassar recursos para a ATUASERRA. Este Convênio tinha como objetivo o desenvolvimento de políticas conjuntas voltadas à exploração do turismo.
<b>2005</b>	Lei Nº 3824, de 26.04.2005 autorizou o Município a celebrar Convênio com a Associação de Turismo da Serra Nordeste (ATUASERRA) com o objetivo de desenvolver políticas conjuntas voltadas à exploração do turismo.
<b>2005</b>	Lei Nº 3943, de 23.11.2005 dispõe sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) com a finalidade de auxiliar a administração na orientação, planejamento e julgamento conforme as suas competências. Dentre as atribuições desse órgão estavam: (a) propor e analisar políticas de geração e captação de recursos para o setor; (b) colaborar na articulação das ações entre organismos públicos e privados; (c) emitir e analisar pareceres sobre questões técnicas das áreas de turismo; (d) acompanhar, fiscalizar e avaliar as ações turísticas desenvolvidas no município; (e) promover a defesa e a conservação dos interesses turísticos do município; e (f) promover o intercâmbio com outras entidades turísticas de modo a possibilitar a realização de atividades, tendo em vista atraírem correntes turísticas.
<b>2006</b>	Lei Nº 4026, de 18.05.2006 autorizou o Poder Executivo repassar recursos financeiros à ATUASERRA com o objetivo de desenvolver ações conjuntas com a finalidade de planejar o turismo sustentável no Município e região.
<b>2007</b>	Lei Nº 4151, de 04.04.2007 autorizou o Poder Executivo repassar recursos financeiros à ATUASERRA com o objetivo de desenvolver ações conjuntas com a finalidade de planejar o

	turismo sustentável no Município e região.
<b>2011</b>	Lei Nº 4766, de 27.12.2011 autorizou o Poder Executivo firmar convênio com a Associação Rota das Salamarias com o objetivo de efetuar repasses de valores para fins de manutenção do centro de informações turísticas, bem como a cessão de uso de móveis e equipamentos do Município. Na época a previsão era de repasses mensais no valor de um mil e quinhentos reais visando atender as despesas de manutenção do centro de informações turísticas.
<b>2013</b>	Lei Nº 4903, de 26.04.2013 autorizou o Poder Executivo a repassar recursos a Associação Rota das Salamarias no valor de R\$ 224.530,00 (duzentos e vinte quatro mil quinhentos e trinta reais) em duas parcelas, uma em maio e a outra em junho de 2013. O objetivo desse repasse foi a manutenção das ações de incentivo ao turismo.
<b>2014</b>	Lei Nº 5000, de 16.05.2014 autorizou o Poder Executivo a repassar recursos a Associação Rota das Salamarias no valor de até R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) visando à organização do V Festival Nacional do Salame de Marau. Nesse sentido, coube a Conveniada: (a) realizar, divulgar e promover o evento, em âmbito municipal, estadual e nacional; (b) participar de eventos municipais sempre que convidado; e (c) participar de eventos em representação ao Município de Marau nas cidades da região, bem como nas demais onde for solicitada pela Administração dentre outras.
<b>2014</b>	Lei Nº 5011, de 29.05.2014 autorizou o Poder Executivo a firmar Convênio e repassar recursos no valor de até R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) à Associação Turística e Cultural Caminhos das Águas e Sabores para a iniciação e estruturação da rota turística.
<b>2014</b>	Lei Nº 5066, de 31.10.2014 definiu as atividades de Turismo Rural no Município de Marau. Esta Lei definiu como atividades de Turismo Rural todas as atividades turísticas que ocorrem na unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos. Dentre outras, também foram consideradas como atividades de Turismo Rural as seguintes formas de ocorrência: (a) comercialização de produtos alimentícios in natura de origem local; (b) comercialização de produtos transformados de origem animal e vegetal oferecido aos visitantes, enfatizando o processo de produção dos mesmos; (c) comercialização de artesanato, bem como as práticas de produção com aproveitamento de produtos, resíduos ou não, de origem vegetal, animal ou mineral; (d) produção rural, com as atividades produtivas utilizadas como atrativos por meio de demonstrações sobre as técnicas de produção, permitindo que o turista também possa interagir fazendo parte do processo, nas atividades de campo em pomares, leiteiras, apiários, pesque-pague, criações de animais, áreas de agricultura orgânica, vinícolas, alambiques, entre outras; (e) educação ambiental; (f) serviços de lazer; (g) serviços de alimentação em restaurantes e cafés coloniais que oferecem, preferencialmente, alimentação típica ou de preparo especial, valorizando as características locais, objetivando resgatar a culinária local com receitas e preparos dos alimentos que estão em desuso pela sociedade urbana; (h) serviços de hospedagem em pousadas, hospedarias em estabelecimentos que estejam envolvidos com a produção rural; (i) serviços ambientais em

	<p>áreas naturais localizadas no meio rural que se transformem em atrativos turísticos de importância regional, dando enfoque à consciência ecológica aos turistas; (j) pequenos serviços de exploração e atividade econômica executadas próximas a um atrativo natural; (k) preservação e/ou recuperação do patrimônio da história da agricultura e das comunidades de uma localidade ou região, com projetos de recuperação, uso compatível com o seu objetivo e com a sua inserção de capital público e privado, na arquitetura típica, nos equipamentos e construções, folclore, gastronomia típica, artes, dentre outras; e (l) eventos diversos promovidos em comunidades e/ou propriedades familiares, por meio de festas regionais de cunho religioso e/ou cultural, eventos técnicos científicos, feiras de produtos e exposições agropecuárias.</p>
<b>2015</b>	<p>Lei Nº 5224, de 06.11.2015 alterou o Art. 4º da Lei Nº 3.943, de 23.11.2005, que dispunha sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo. Esta Lei alterou os membros do Conselho Municipal, por exemplo, incluiu um representante da Rota das Salamarias (Turismo Rural), e outro do Caminho das Águas e Sabores (Turismo Rural) dentre um total de dez membros.</p>
<b>2016</b>	<p>Lei Nº 5263, de 23.03.2016 autorizou o Poder Executivo firmar Convênio e repassar recursos a Associação Rota das Salamarias no valor de até R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinados à realização do VI Festival Nacional do Salame de Marau.</p>
<b>2017</b>	<p>Lei Nº 5348, de 26.05.2017 autorizou o Poder Executivo firmar parceria e repassar recursos a Associação Rota das Salamarias no valor de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinados à realização do VIII Festival Nacional do Salame de Marau.</p>
<b>2017</b>	<p>Lei Nº 5365, de 25.07.2017 autorizou o Poder Executivo conceder incentivos a empresas Marauenses, através do Programa Empreender e Crescer.</p>
<b>2018</b>	<p>Lei Nº 5457, de 18.05.2018 autorizou o Poder Executivo conceder incentivos a empresas Marauenses, através do Programa Empreender e Crescer.</p>
<b>2018</b>	<p>Lei Nº 5460, de 18.05.2017 autorizou o Poder Executivo firmar parceria e repassar recursos a Associação Rota das Salamarias no valor de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinados à realização do IX Festival Nacional do Salame de Marau.</p>
<b>2018</b>	<p>Lei Nº 5467, de 13.06.2018 autorizou o Poder Executivo firmar parceria e repassar recursos a Associação Turística e Cultural Caminho das Águas e Sabores no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) visando a realização do IV Festival das Sopas e Sabores.</p>
<b>2018</b>	<p>Licença Prévia Nº 16/2018, de 24.10.2018, autorizou a ampliação da área construída referente ao "Matadouro/abatedouro de suínos com fabricação de embutidos", com área construída de 1.380,39 m<sup>2</sup>, dessa forma com área útil de 2.330,92 m<sup>2</sup>.</p>
<b>2018</b>	<p>Lei Nº 5534, de 28.12.2018 disciplinou o uso do solo junto a orla da Barragem do Rio Capingui, no Município de Marau, estabeleceu o seu perímetro urbano, definiu zoneamento de usos e índices, para fins de implantação de complexo turístico, condomínios residenciais ou de lazer.</p>

Fonte: Elaborado pela autora a partir da Prefeitura Municipal de Marau (2019).

**APÊNDICE I - EVOLUÇÃO DAS AÇÕES VOLTADAS AO EMPREENDEDORISMO NO TURISMO - GARIBALDI (RS).**

O objetivo da apresentação das ações voltadas ao empreendedorismo no turismo foi possibilitar um maior entendimento sobre o processo de fomento do turismo pelo município de Garibaldi (RS), apresentando de forma sistematizada e cronológica as principais ações ao longo do período. Mesmo que nem todas as iniciativas representem uma intervenção governamental direta, todas foram importantes na formação das diversas Políticas Públicas relacionadas ao empreendedorismo no turismo.

Evolução das Ações voltadas ao Empreendedorismo no Turismo

<b>ANO</b>	<b>INICIATIVA VOLTADA AO EMPREENDEDORISMO NO TURISMO</b>
<b>1957</b>	Lei Nº 520, de 28.12.1957 criou o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), o qual passou a atuar como órgão normativo, consultivo, de assessoramento e fiscalizador, destinado a orientar, promover e garantir o aprimoramento das diretrizes e objetivos do desenvolvimento do turismo no Município. Este documento foi composto por oito Artigos.
<b>1967</b>	Lei Nº 948, de 14.09.1967 concedeu isenção de impostos a hotéis que preenchessem as condições estabelecidas pelo Conselho Nacional de Turismo. Em síntese, esta Lei isentava de todos os impostos municipais, pelo prazo de dez (10) anos os hotéis em construção e os que se construíssem ou ampliassem, dentro dos cinco anos seguintes a esta Lei e cujos projetos tivessem sido aprovados pelo Conselho Nacional de Turismo e que tivessem as obras concluídas dentro do prazo estabelecido.
<b>1974</b>	Lei Nº 1249, de 22.04.1974 autorizou o Poder Executivo a promover a constituição de uma Sociedade de Economia Mista sob a denominação de TURISCHAMP - Turismo, Hotéis, Feiras, Sociedade Anônima, com o objetivo de, em caráter subjetivo da economia privada, realizar feiras, exposições, hotelaria e outros empreendimentos turísticos dentre outras medidas.
<b>1987</b>	Lei Nº 1872, de 28.10.1987 definiu as atividades turísticas como de interesse prioritário. Nela foram definidas como ações prioritárias aquelas que, direta ou indiretamente, viessem a fomentar as atividades de aproveitamento do potencial turístico do Município. Também previa que ações, públicas ou privadas, destinadas ao desenvolvimento dos programas e projetos indispensáveis a consecução dos objetivos mencionados anteriormente devessem se constituir em ações integradas e foram criados três grupos de ação, responsáveis pela elaboração de programas e projetos nas seguintes áreas: (a) desenvolvimento do produto turístico; (b) desenvolvimento e treinamento de recursos humanos; e (c) desenvolvimento de ações de comercialização dentre outras medidas.
<b>1988</b>	Lei Nº 1919, de 24.08.1988 autorizou o Município a celebrar acordo com a Fundação de

	Cultura e Turismo de Garibaldi e visava estabelecer condições de cooperação recíproca para a implantação do Projeto Turístico do Município. Está Lei tinha como objetivo implantar os programas de desenvolvimento do turismo de Garibaldi dentre outras medidas.
<b>1993</b>	Lei Nº 2243, de 22.04.1993 autorizou o Poder Executivo a firmar convênio com a Rede Ferroviária Federal S/A e visava a implantação do "Passeio Turístico da Maria Fumaça", mediante a utilização do ramal ferroviário entre Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa.
<b>1993</b>	Lei Nº 2264 autorizou o Executivo Municipal a filiar-se à Associação de Turismo da Serra Nordeste, a qual foi fundada em 12 de novembro de 1985.
<b>2006</b>	Lei Nº 3456, de 17.02.2006 autorizou o Município a firmar Convênio com a ATUASERRA para coordenar ações de desenvolvimento do turismo sustentável na região. O Convênio foi composto por seis cláusulas, dentre as quais, a que define como competência da ATUASERRA desenvolver ações conjuntas com a finalidade de: (a) planejar o turismo sustentável no Município e região, através da organização e participação de eventos, projetos de desenvolvimento do turismo local e regional, ações de acesso ao mercado, especialização e conhecimentos técnicos que possibilitem a sustentabilidade cultural, patrimonial e ambiental; (b) estabelecer parcerias com entidades e órgãos financiadores de projetos que atendam às peculiaridades da comunidade; e (c) coordenar ações que desenvolvam o espírito de cooperação e a formação de redes locais e outras atividades decorrentes da atividade do turismo cultural.
<b>2010</b>	Lei Nº 4128, de 07.10.2010 que autorizou o Município a aditar o Convênio firmado com a ATUASERRA que tratava sobre o registro de marcas de interesse do Município - "PASSADAS - A ARQUITETURA DO OLHAR" e "ROTA RELIGIOSA - AE TERNUM" - junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), garantindo a proteção e exclusividade sobre as mesmas até o ano de 2020. Também ficou definido que o Município pagaria mensalidade a ATUASERRA visando suprir as necessidades financeiras da entidade na importância de R\$ 550,00 (quinhentos e cinquenta reais).
<b>2011</b>	Lei Nº 4245, de 11.08.2011 dispôs sobre a criação da Associação Pública denominada Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Serra Gaúcha (CISGA), com a finalidade de promover o desenvolvimento sustentável dos municípios consorciados buscando garantir a melhoria da qualidade de vida das populações residentes na área de atuação do Consórcio; promover a aquisição de bens, obras e gestão associada de serviços públicos nas áreas de: (a) saúde e segurança alimentar e nutricional; (b) infraestrutura urbana e rural e transporte; (c) meio ambiente e saneamento básico; (d) educação, cultura e desporto; (e) turismo, patrimônio histórico, cultural e natural; (f) segurança pública e cidadania; (g) ciência e tecnologia; (h) agropecuária, agroindústria e mineração; (i) assistência social e habitação; e (j) planejamento e gestão administrativa; resolver os problemas comuns dos entes consorciados relacionados à preservação e conservação do meio ambiente, bem como à produção dos diversos dos diversos setores econômicos da região; promover ações que agreguem valor à produção de todos os setores da economia dos municípios consorciados, diferenciando-a no mercado nacional e internacional; promover ações de saneamento básico dos municípios

	consorciados, a fim de garantir aos entes consorciados abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos e drenagem e manejo das águas pluviais urbanas; e promover ações de fomento às atividades de turismo sustentável dentre outras.
<b>2012</b>	Lei Nº 4387, de 14.11.2012 criou o Conselho Municipal de Feiras do Produtor Rural e do Artesão (CMFPRA), um órgão deliberativo e consultivo com a finalidade de assessorar e reivindicar a solução das questões relativas à organização e funcionamento das Feiras, com a denominação de Espaço do Feirante. Esta Lei possui dez artigos.
<b>2013</b>	Lei Nº 4443, de 13.05.2013 dispôs sobre o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), estabeleceu que o mesmo atuasse como órgão normativo, consultivo, de assessoramento e fiscalizador, destinado a orientar, promover e garantir o aprimoramento das diretrizes e objetivos do desenvolvimento do turismo no Município dentre outras ações.
<b>2013</b>	Lei Nº 4462, de 19.06.2013 autorizou a celebração de Acordo de Cooperação Técnica entre a União, por intermédio do Ministério do Turismo, e o Município de Garibaldi, por meio da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura para a conjugação de esforços entre os partícipes para a implantação do programa PRONATEC COPA. Esta Lei foi composta por onze cláusulas.
<b>2013</b>	Lei Nº 4485, de 04.09.2013 autorizou o Município a outorgar concessão de uso, por licitação pública, de bem imóvel do domínio municipal, para exploração comercial do Centro de Atendimento ao Turista. Esta Lei foi composta por seis artigos.
<b>2013</b>	Lei Nº 4510, de 06.11.2013 autorizou a ratificação do Acordo de Cooperação Técnica celebrado entre a União, por intermédio do Ministério do Turismo, e o Município de Garibaldi, por meio da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura para a conjugação de esforços entre os partícipes para a implantação do programa PRONATEC COPA. Esta Lei foi composta por onze cláusulas.
<b>2013</b>	Lei Nº 4535, de 18.12.2013 instituiu a Política do Turismo no Município de Garibaldi, a qual foi expressa pelo Plano Municipal de Turismo e pelo Plano de Marketing Turístico que estabeleceram diretrizes, objetivos, ações e metas para o turismo no Município, visando o seu desenvolvimento, bem como pela existência da Secretaria de Turismo e Cultura e do Conselho Municipal do Turismo. Esta Lei foi composta por seis artigos.
<b>2015</b>	Lei Nº 4728, de 29.04.2015 conferiu nova redação ao Art. 5º da Lei Nº 520/1957 que dispunha sobre o Conselho Municipal de Turismo. Cabe destacar que esta Lei inclui como membro do Conselho Municipal de Turismo um representante da Associação do Roteiro Turístico Estrada do Sabor e outro da ATUASERRA, dentre outros.
<b>2015</b>	Lei Nº 4734, de 14.05.2015 autorizou o Município a firmar Convênio e a repassar contribuição financeira à Associação dos Participantes do Turismo Rural Estrada do Sabor, para a realização do evento "Noite dos Aromas e Sabores". O valor repassado foi de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).
<b>2015</b>	Lei Nº 4746, de 10.06.2015 incluiu parágrafos ao Art. 5º da Lei Nº 520/1957, que dispunha sobre o Conselho Municipal de Turismo. Cabendo destacar que esta Lei previu que cada uma

	das entidades participantes deveria indicar um representante com seu respectivo suplente.
<b>2015</b>	Lei Nº 3960, de 17.06.2015 homologou o Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo.
<b>2016</b>	Lei Nº 4878, de 25.05.2016 autorizou o Município a firmar Convênio e a repassar contribuição financeira à Associação dos Participantes do Turismo Rural Estrada do Sabor, para a realização da 2ª edição do evento "Noite dos Aromas e Sabores". O valor repassado foi de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).
<b>2017</b>	Lei Nº 4109, de 20.04.2017 instituiu a Comissão Municipal de Acordos de Cooperação entre Municípios, cujas atribuições eram dinamizar os convênios de irmandade entre Garibaldi e os Municípios de Conegliano - Itália, Santa Maria - Brasil, Anadia - Portugal e San Rafael - Argentina, além de propor e acompanhar novos protocolos a serem assinados, que tivessem por objetivo a troca de experiência nas variadas vertentes econômicas, sociais, turísticas e culturais. Outras competências da Comissão Municipal de Acordos de Cooperação entre Municípios: (a) buscar parcerias com outros municípios e regiões priorizando as áreas de: gastronomia, enogastronomia, enoturismo, turismo, enologia, cultura e patrimônio; (b) fazer agendas das geminações; (c) buscar parcerias com as Universidade, Entidades, Escolas e Faculdades; e (d) organizar visitas técnicas.
<b>2017</b>	Lei Nº 4981, de 13.06.2017 alterou a Lei Nº 520/1957, para incluir membros na composição do Conselho Municipal de Turismo. Esta Lei incluiu um representante da Via Orgânica e um representante da Rota de Compras.
<b>2017</b>	Lei Nº 5021, de 20.10.2017 alterou a Lei Nº 520/1957, para composição do Conselho Municipal de Turismo. A nova redação do Art. 5º passou a prever que o COMTUR seria composto por 22 (vinte e dois) membros nomeados pelo Chefe do Poder Executivo Municipal. Cabe destacar que esta composição foi ampliada para 23 (vinte e três) membros através da Lei Nº 5104, de 04.09.2018. Ela previu, no inciso XVI, o ingresso de um representante da Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (Aprovale).
<b>2017</b>	Lei Nº 4144, de 25.10.2017 alterou a redação do preâmbulo do decreto Nº 3960, de 17.06.2015 e homologou a alteração dada ao Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo com base na lei Nº 520/1957. Esta Lei alterou a composição dos representantes do Conselho Municipal de Turismo.
<b>2018</b>	Lei Nº 5110, de 19.09.2018 autorizou a firmar Termo de Convênio entre o Município, a Cooperativa Vinícola Garibaldi e a Associação de Condutores de Turismo (CONDETUR), cujo objetivo foi a manutenção do Centro de Informações Turísticas localizado na Avenida Independência.
<b>2018</b>	Lei Nº 5104, de 04.09.2018 alterou a Lei Nº 520/1957, para incluir entidade representante na composição do Conselho Municipal do Turismo.

Fonte: Elaborado pela autora a partir da Prefeitura Municipal de Garibaldi (2018).

