



## **Empreendedorismo turístico: perspectivas de pesquisa e agenda futura para o destino cooperativo**

**DOI: 10.2436/20.8070.01.40**

Adriana Fumi Chim-Miki

Doutoranda em Turismo, Economia e Gestão pela  
Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha.

E-mail: [adriana.chimmiki@gmail.com](mailto:adriana.chimmiki@gmail.com)

Rosa Maria Batista-Canino

Doutora em Economia e Gestão pela  
Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha.  
Professora da Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha.

E-mail: [rosa.batistacanino@ulpgc.es](mailto:rosa.batistacanino@ulpgc.es)

María del Pino Medina-Brito

Doutora em Economia e Gestão pela  
Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha.  
Professora da Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha.

E-mail: [pino.medina@ulpgc.es](mailto:pino.medina@ulpgc.es)

### **Resumo**

O empreendedorismo é um importante pilar para a competitividade, a inovação e o desenvolvimento das regiões turísticas. No contexto atual observa-se que a forma de concorrência individual está sendo substituída pelas operações em conjunto, gerando outros tipos de empreendedores. Assim, novos constructos como a Coopetição, o *Co-worker* e o Co-empresendedor abrem espaço no mercado, na pesquisa e na formação acadêmica. Este trabalho realiza uma revisão teórica sobre o empreendedorismo turístico e como está sendo abordado na literatura, contribuindo para identificar as perspectivas de seu estudo em um setor que possui características diferenciadas. Entre os resultados desta revisão teórica observou-se a existência de uma corrente convergente e outra divergente em termos de teorização do empreendedorismo turístico. A corrente convergente realiza uma transferência e adaptação de teorias e modelos aplicados a outros setores econômicos para o turismo. Enquanto a divergente considera o turismo como um fenômeno e não somente uma atividade ou setor econômico, e assim busca a criação de teorização própria para o empreendedorismo

turístico. No entanto, no contexto geral a literatura turística ainda precisa preencher um grande espaço deixado pelos estudos sobre este tópico turismo.

**Palavras-Chaves:** Empreendedorismo turístico; Coopetição; Co-empreendedorismo; Competitividade.

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2014) é crescente o número de empresários em muitos países. No Brasil, a taxa total de empreendedorismo (TEA –*Total Entrepreneurial Activity*) monitorada pelo GEM indicou que em 2014, 17,2% da população adulta possuía intenção de empreender e estava envolvida com negócios. O turismo segue a mesma tendência de crescimento e isto tem refletido na necessidade da pesquisa e educação relacionada com o empreendedorismo (GUREL; ALTINAY; DANIELE, 2010). O papel do empreendedor na economia local é reconhecido na literatura acadêmica, especialmente pela sua capacidade de inovar (SCHUMPETER, 1961) e atuar efetivamente sobre a competitividade de um setor (PORTER, 1990; SILVA; DOS ANJOS, 2015).

Um empreendedor turístico é definido como "*um indivíduo que cria um negócio com algum componente de originalidade para prover um produto, serviço ou experiência para os turistas*" (KENSBOCK; JENNINGS, 2011, p. 489). O estudo do empreendedorismo turístico ainda necessita de aportes científicos para determinar características que possibilitem melhorar o ensino e o fomento deste fenômeno, pois este setor possui especificidades que exigem profissionais com visão coletiva para o desenvolvimento do destino turístico.

Além disso, atualmente existe uma forma diferente de fazer negócios, onde a competitividade em redes está substituindo a tradicional forma de competir individualmente (CYGLER et al., 2014). O comportamento de competitividade passou a ser um híbrido entre competir e cooperar, que é representado pela Coopetição (BRANDENBURGER; NALEBUFF, 1996). Assim, construtos como a co-criação de valor, o co-marketing, a co-evolução e os espaços de *co-work* estão cada dia mais fortes no jargão e na prática empresarial.

No destino turístico estas práticas são antigas, ainda que não com esta denominação. A busca por uma gestão centralizada para desenvolver o destino turístico, como a governança ou a formação de DMO (*Destination Organization Management*) tem ocupado um papel central, tanto na pesquisa acadêmica do turismo quando nas práticas de gestão do destino (QUEIRÓZ; RASTROLLO-HORRILLO, 2015). Estes organismos funcionam como um *hub* de redes de coopetição, onde várias redes interorganizacionais cooperam na formação de um mercado ao mesmo tempo em que competem na divisão do mercado criado (SCHIAVONE; SIMONI, 2011). Portanto, a coopetição é o comportamento desejado no perfil do empreendedor turístico para que um destino possa estabelecer uma gestão estratégica baseada em governança.

Considerando estes pressupostos, este artigo apresenta uma revisão teórica do estudo do empreendedorismo turístico verificando as abordagens teórico-empíricas que estão sendo usadas nesta área de pesquisa. Portanto, este trabalho contribui para o campo de estudos que busca desenvolver o empreendedor turístico cooperativo como forma de criar pré-condições para a gestão coletiva do destino turístico e obtenção de vantagens competitivas. O compêndio de informações, geradas neste artigo, pode ser de grande valia para a inclusão de capacitação transversal nos cursos de turismo e hotelaria seguindo as perspectivas científicas que estão conduzindo o estudo do empreendedorismo turístico.

O trabalho é de cunho qualitativo, baseado em uma revisão teórica que utilizou como critério o estudo de artigos publicados sobre empreendedorismo turístico entre os anos de 2000 a 2015 na base de dados Scopus, estando organizado em quatro seções.

Primeiro realiza-se uma introdução ao tema para em seguida apresentar uma fundamentação teórica. Na terceira seção apresentam-se os estudos categorizados segundo a ótica de Hjalager (2010): perspectiva divergente e convergente. Por último, a quarta seção, realiza considerações finais desta revisão teórica e aponta tendências futuras para este campo de estudo com base nas sugestões de pesquisas futuras indicadas nos trabalhos revisados.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – O EMPREENDEDORISMO TURÍSTICO

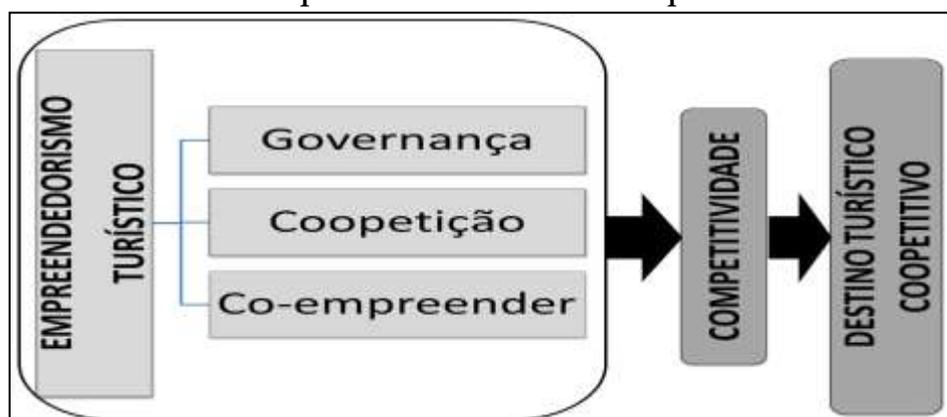
A palavra ‘empreendedor’ é historicamente associada a pessoas que assumem riscos (CANTILLON, 1755), que transferem recursos econômicos de um setor a outro mais produtivo (SAY, 1814), que antecipam as necessidades futuras (MENGER, 1871) e que são capazes de lidar com incertezas (KNIGHT, 1921). A figura do empreendedor sempre assumiu uma grande importância para as economias, reconhecida como o elemento vital para o desenvolvimento econômico, o protagonista da evolução (SCHUMPETER, 1961). O debate sobre a definição do empreendedor é extenso na literatura, mas existe um consenso sobre serem indivíduos ou grupos de indivíduos que agem de forma independente ou como parte de um sistema corporativo criando novas organizações ou instigando a renovação e inovação dentro de uma organização já existente (SHARMA; CHRISMAN, 1999, p. 17).

Três principais perspectivas estudam o empreendedorismo. A primeira está vinculada a capacidade de inovação do empreendedor, sendo baseada na teoria schumpeteriana. A segunda se vincula a capacidade de criação de empresas (GARTNER; CARTER, 2003) e a terceira perspectiva considera a capacidade do empreendedor captar, criar e explorar uma oportunidade gerando produtos e serviços para o mercado (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Em nível de destino turístico o empreendedor pode contribuir para o emparelhamento de interesses, pois as necessidades compartilhadas são melhores atendidas através de ações conjuntas e coletivas (SACHS, 2003). Este comportamento pode formar uma rede de empreendedores turísticos. Além da existência de um vínculo territorial, o qual gera necessidades e recursos compartilhados, o empreendedor neste setor econômico, tem outros desafios, pois o turismo é experiencial e o consumidor está envolvido na produção e no consumo do produto. Este contexto conduziu a conceituar o empreendedor turístico como a pessoa que busca um diferencial competitivo na prestação do serviço turístico criando um negócio (KENSBOCK; JENNINGS, 2011).

No entanto, a literatura em turismo não tem dedicado suficiente esforço no estudo do fenômeno do empreendedorismo turístico. Recentemente, Solvoll, Alsos e Bulanova (2015) apresentaram um estudo sobre a pesquisa acadêmica relacionada ao empreendedorismo turístico apontando o surgimento de uma teorização específica para o turismo, que o trata como fenômeno, além de considerar os novos constructos e formas de operar no mercado que estão surgindo. Isto exige o desenvolvimento de outros enfoques e metodologias para estudar o empreendedorismo, cujo foco está nos constructos que indicam trabalho coletivo, como os sistemas de governança turística, as redes de cooperação e de conhecimento compartilhado. Representa a base geradora do co-empreendedor, uma tendência que pode conceder ao destino turístico uma capacidade competitiva diferenciada, a capacidade cooperativa (Figura 1).

Figura 1: Destino como co-empredimento turístico coopetitivo



Fonte: Elaboração própria

A governança turística é definida pela Organização Mundial do Turismo (OMT) como uma prática de governo suscetível de medição, orientada a dirigir eficientemente o setor turístico nos distintos níveis de governo, mediante formas de coordenação e colaboração entre eles para realizar metas compartilhadas pela rede de atores do setor, com fim de obter soluções e oportunidades baseadas em acordos sustentados em relações de interdependência e responsabilidades compartilhadas (OMT, 2010, p.22).

Entre os fatores de êxito para um sistema de governança está o compromisso efetivo dos participantes, a capacidade de implementar uma gestão integrada, de compartilhar conhecimentos e recursos e de cooperar para um objetivo comum (OMT, 2010). Em concreto, a governança turística representa a materialização de uma rede central que unifica várias redes coopetitivas setoriais (CHIM-MIKI; BATISTA-CANINO; MEDINA-BRITO, 2016b). A coopetição é um comportamento intrínseco da forma organizacional dos destinos turísticos, sendo a base para uma gestão estratégica que considere o destino como um produto integral. Neste sentido, a coopetição é o ato de cooperar e competir simultaneamente, sendo a base estratégica de um sistema de governança turística.

Bengtsson e Koch (2014) indicam que as redes de coopetição são mais efetivas quando conduzidas por um organismo externo, que faça a gestão dos participantes. A Coopetição Turística é um comportamento de cooperação e competição ao mesmo tempo, que ocorre entre dois ou mais atores do destino turístico com o fim de promover seu desenvolvimento como produto integral, geralmente articulado por uma governança conjunta que conduz ao um processo de co-produção (CHIM-MIKI, 2016).

Koh e Hatten (2002) destacam o comportamento empresarial de zonas turísticas, onde produtos ou serviços atuam como empresas complementarias formando as chamadas comunidades turísticas. Este comportamento pode gerar melhores resultados quando gerenciado com base na coletividade, desenvolvendo entre os participantes o espírito empresarial coopetitivo.

A perspectiva de coopetição ainda é recente, especialmente em turismo. Kylänen e Mariani (2012, p. 61) destacam que no âmbito da gestão, marketing e estudos de turismo, este paradigma “competição + cooperação” foi recentemente exposto. Desde muitas décadas se está formando e direcionando esforços a situações de concorrência ou de cooperação, tratando-os como extremos opostos. Além disso, se prepara profissionais para

serem muito competitivos, e se relega a um segundo plano a formação de profissionais cooperativos, portanto, com baixas possibilidades de ter um comportamento de competição. Ou seja, parece que se forma profissionais competitivos, mas se espera profissionais cooperativos, e ainda no turismo, se espera profissionais com visão de coletividade. Jorde e Teece em 1989 já indicavam que era necessário re-contextualizar a competitividade e re-conceitualizar a cooperação interorganizacional, assim como, o mercado e a literatura atual indicam que as características empreendedoras sofreram mudanças.

A economia global se caracteriza pela união e consolidação entre as empresa de turismo, formando redes para permanecer no mercado competitivo da atualidade. Cygler et al. (2014) cita a estratégia “*octopus*” na qual as corporações buscam participar do maior número de redes possíveis, pois isto lhes concede uma vantagem competitiva. No turismo, têm ocorrido muitas aquisições e fusões de hotéis/redes que se expandiram, diversificaram e buscaram novos negócios (PROSERPIO, 2007). Esta forma organizacional é uma maneira de reduzir custos operacionais e gerar melhores retornos à empresa, ou seja, melhorar a competitividade.

O setor turístico normalmente opera como uma grande rede de serviços que conforma o destino turístico como um produto integral aos olhos do consumidor final (TIMÓN, 2004). Um alto grau de interdependência e complementariedade podem ser observados nos serviços turísticos ofertados por diversos empreendedores (CHIM-MIKI et al., 2016b). Estas características geram um ambiente propício às relações de Coopetição, que em 1995, Edgell e Haenisch apontaram como sendo a necessidade de cooperar com o concorrente para comercializar de forma mais eficaz o produto turístico.

Este cenário competitivo, forma de organização de mercado e de gestão de destinos está calcado na figura do empreendedor turístico, o qual além de apresentar uma conduta adequada a este cenário, também deve ir além de sua própria empresa, visualizando a meta comum, que é desenvolver o destino. Liang e Dunn (2003) consideram o co-empendedor (*co-preneur*) como a pessoa capaz de empreender coletivamente, em projetos conjuntos com outro empreendedor ou em equipes. Esta linha, segue uma abordagem de enfoque territorial e coletivo derivada da eficiência coletiva de Sachs (2003), que é similar aos denominados *networkpreneurs* de Fillion (2001), que são os empreendedores envolvidos na gestão de redes empresariais. O empreendimento coletivo pode ser representado pelas formas de associação empresarial, sendo para micro e pequenas empresas uma forma de superar dificuldades.

Neste mesmo âmbito de estudo, Melo-Neto, Brennande e Froes (2002) definiram as características dos empreendimentos coletivos colocando ênfase na dimensão política, no contexto social e administrativo que viabiliza a capacidade produtiva do conjunto de atores. Enquanto que no âmbito do turismo, Vianna, dos Anjos e dos Anjos (2016) indicam que a articulação entre as diversas instâncias da sociedade resulta em maior eficiência coletiva nos investimentos a serem feitos pelo setor, atendendo aos interesses tanto dos empreendedores como da comunidade em geral.

Neste trabalho se define ‘Co-empendedorismo Turístico’ como sendo o ato de empreender o destino turístico como produto integral, resultante do grupo de atores da oferta turística que atuam como unidade junto a associações ou redes turísticas para implantar iniciativas para seu desenvolvimento (CHIM-MIKI, 2016). Esta definição segue uma tendência identificada como a necessidade de considerar o destino como uma unidade de gestão (SILVA et al., 2001; DOS ANJOS et al., 2013; DA SILVA FLORES; MENDES, 2014).

Competitividade tem uma perspectiva macro econômica e outra micro (RITCHIE; CROUCH, 2003). Ainda que em termos de uma nação, região ou destino turístico se opera em perspectiva macro, é através da gestão do conjunto de recursos locais, da capacidade de empreendedorismo e inovação dos atores do lugar e, da relação entre eles, que a competitividade se forma, portanto, é em nível micro (PORTER, 1990). Assim sendo, um dos grandes pilares da competitividade está no empreendedorismo, na capacidade de gestão empresarial e na formação de redes interorganizacionais geradoras de vantagens competitivas.

O destino turístico forma um sistema que pode ser visto através da perspectiva de Bengtsson e Kock (2014), os quais consideram que a coopetição ocorre entre participantes que se relacionam vertical ou horizontalmente na cadeia de valor, ou seja, a concorrência pode não ser direta, mas por benefícios gerais. Então, ocorre coopetição (concorrência) entre todas as instâncias econômicas e sociais, sendo que os participantes buscam melhorias competitivas individuais. O uso de um sistema de gestão integrada ou de governança é um caminho para equilibrar estas relações de coopetição, direcionando os esforços para a obtenção de vantagens coletivas e melhorando a competitividade das regiões, ao mesmo tempo em que também propicia a captação de vantagens para o empreendedor turístico.

### **3 OS ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO TURÍSTICO**

Esta seção apresenta alguns dados relativos aos estudos publicados sobre empreendedorismo turístico, os quais indicam os caminhos que as pesquisas deste tema estão seguindo. Kibedi (1979) foi um dos primeiros autores a discutir o empreendedorismo turístico através de um artigo que relata as tentativas do Ministério da Indústria e do Turismo em Ontário (Canadá) para treinar e educar os empresários do turismo. Mas, no geral, a literatura de turismo no que tange ao empreendedorismo ainda é um debate irregular cuja presença da atividade empresarial no setor é tratada com um dado (KOH; HATTEN, 2002). Uma pesquisa de Ateljevic e Li (2009) indicou que somente 2% dos estudos publicados nas revistas turísticas entre 1986 a 2006 estão dirigidos ao empreendedorismo turístico, apesar de sua reconhecida importância.

O empreendedorismo acentua as oportunidades para criar e gerir organizações (ZHAO et al. 2011), portanto tem significativa influencia sobre a formação de destinos turísticos. A pesquisa de Russel e Faulkner (1999) verificou que existe uma significativa relação entre indivíduos inovadores (empreendedores) e o desenvolvimento de um destino turístico. Também, é destacada a presença de estudos sobre empreendedorismo em turístico em áreas rurais (Hernández-Maestro & González-Benito, 2013), os quais, neste caso, indicam que não se trata de um empreendedor motivado pelo desemprego, mas sim pela geração de empregos e renda adicional (GETZ; CARLSEN, 2000). Além disso, no meio rural os empreendimentos são operados principalmente por membros da família do sexo feminino (TINSLEY; LYNCH, 2001). A presença das mulheres no empreendedorismo turístico em geral também é destacada nos estudos, pela alta taxa nas pequenas empresas do turismo, como restaurantes e empreendimentos de hospedagem (GETZ; CARLSEN, 2005).

Ainda relacionado a estudos que verificam a motivação dos empreendedores turísticos, a literatura aponta para um elevado número de indivíduos com objetivos relacionados a estilo de vida, como viver em um determinado local, construir redes sociais ou ser parte de uma comunidade (GETZ; CARLSEN, 2000; BOSWORTH; FARRELL,

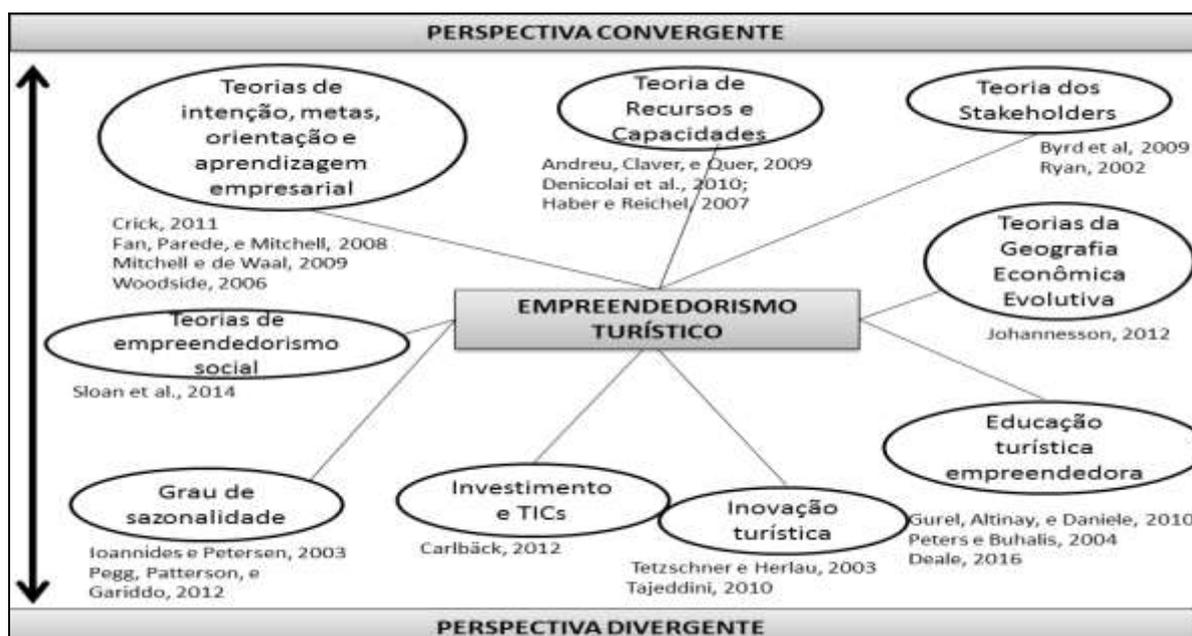
2011). Enquanto que nos outros setores prevalece a rentabilidade e outras motivações econômicas.

No turismo o componente territorial é intrínseco e inseparável do produto/serviço, seja considerando pelo lado da demanda como pela oferta, fato que também difere dos outros setores econômicos. Neste sentido, os estudos indicam que a identidade dos empreendedores turísticos locais tem significativa influência direta sobre a autoeficiência empresarial e o apoio para a comunidade, e que ambos atuam sobre o rendimento empresarial (HALLAK; BROWN; LINDSAY, 2012; HALLAK; ASSAKER; LEE, 2015).

Os estudos do ecossistema empreendedor turístico ainda estão recebendo pouca atenção, encontrando-se algumas pesquisas para modalidades específicas, como o turismo rural (KLINE et al. 2014), que se desenvolvem a partir de uma análise espacial. No entanto, um item diferenciado no turismo é que os estudos de empreendedorismo mostram que a existência de empreendedores locais no ecossistema empresarial pode ser visto como um indicador de comunidade bem sucedida, em termos do real objetivo de obter-se competitividade e desenvolvimento turístico (MITCHELL; EAGLES, 2001; MOSCARDO, 2014).

Observam-se nos trabalhos publicados sobre empreendedorismo turístico, resultados e enfoques com certo grau de diferença do que ocorre em outros setores econômicos ao estudar-se o empreendedorismo. Um caminho comum de análise nos estudos de empreendedorismo turístico é a aplicação de teorias já consagradas em outras áreas, ou a sua relação com construtos também já trilhados em outros setores econômicos (SOLVOLL; ALSOS; BULANOVA, 2015), sendo considerado como um caminho convergente. No entanto, alguns estudos estão partindo de novas teorizações para o empreendedorismo turístico, sendo então um caminho divergente. A Figura 2 mostra algumas das teorias ou construtos mais utilizados nos estudos do empreendedorismo turístico com exemplos de estudos publicados que se encontram na literatura.

**Figura 2: Teorias e constructos frequentemente presentes nos estudos do empreendedorismo turístico**



Fonte: Elaboração própria

Como forma de síntese, a Tabela 1 apresenta alguns estudos sobre empreendedorismo turístico, classificados segundo as categorias definidas por Hjalager (2010), e apoiadas por Solvoll, Alsos e Bulanova (2015), a qual consideram duas vertentes de estudos de teorização do empreendimento turístico:

- Corrente Teórica Convergente – São os estudos que realizam uma transferência de teorias e modelos da teoria principal aplicada a outros setores econômicos, fazendo uma adaptação ao turismo e proporcionando um nível de comparabilidade entre diversos setores. Esta corrente tende a gerar um avanço teórico mais rápido.
- Corrente Teórica Divergente – São os estudos que consideram o turismo não somente como um setor ou atividade econômica, mas como um fenômeno, e desta forma, buscam novas teorias explicativas, modelos e medidas para o empreendimento turístico. Esta corrente tende a gerar paradigmas próprios para o turismo, no entanto seu avanço é mais lento.

Ainda existe um grupo de estudos que não estuda o empreendedorismo em si mesmo, mas considera-o como um elemento importante dentro de outro fenômeno, ou seja, para o tópico que está sendo estudado. São trabalhos que não contribuem para o desenvolvimento da teorização do empreendedorismo turístico. A tabela 1 apresenta os trabalhos encontrados na literatura entre os anos de 2000 a 2015 divididos segundo a classificação proposta por Solvoll, Alsos e Bulanova (2015).

**Tabela 1: Perspectivas dos estudos sobre empreendedorismo turístico**

|                                |   |  |
|--------------------------------|---|--|
| <b>Perspectiva Divergente</b>  | Hallak, Assaker e Lee, 2015; Ateljevic e Doorne (2000); Di Domenico e Miller (2012); Moscardo (2014); Getz e Petersen (2005); Hallak, Brown, e Lindsay (2012); Iorio e Corsale (2010); Lordkipanidze et al. (2005); McGehee, Kim e Jennings (2007); Russell e Faulkner (2004); McGehee e Kim (2004); Tew e Barbieri (2012); Yang e Wall (2009); Yang, Wall e Smith (2008) | Motivações para abrir um negócio turístico; enfoques sobre os benefícios do empreendedorismo; importância e papel do empreendedor na gestão do destino; influência da identidade do lugar, eficácia e apoio da comunidade ao empreendedorismo; espírito empreendedor da comunidade; diferenças do empreendimento turístico frente a outros tipos de empreendimento; estudo de fatores para melhorar o nível de empreendimento no turismo; destino turístico como empreendimento coletivo ou compartilhado. |
| <b>Perspectiva Convergente</b> | Jaafar, Rasoolimanesh e Lonik (2015); kline et al. 2014; Hernández-Maestro e González-Benito, 2013; Dana, Gurau e Lasch (2014); Altinay, Madanoglu, Daniele e Lashley (2012); Denicolai, Cioccarellie Zucchella (2010); Getz e  | Fatores que influem no rendimento das pequenas empresas turísticas; relação entre a inovação turística e o empreendedorismo; estudos de negócios turísticos  |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Empreendedorismo<br/>o como parte de<br/>outro fenômeno</b> | <p>Carlsen (2005); Gurel, Altinay, e Daniele (2010); Haber e Reichel (2007); Hall, Matos, Sheehan, e Silvestre (2012); Hjalager (2010); Lerner e Haber (2001); Morrison (2006); Sundbo et al. (2007)</p> <p>Byrd, Bosley, e Dronberger (2009); García, Gómez e Molina (2012); Manyara e Jones (2007); Ryan (2002); Sharpley (2002); Thompson e Homewood (2002); Williams e Hall (2000); Williams e Shaw (2011); Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier e Van Es (2001); Zapata, Hall, Lindo e Vanderschaeghe (2011)</p> | <p>familiares; medida da intenção empresarial e seus antecedentes; gestão estratégica empresarial no setor turístico; ecossistema empreendedor.</p> <p>Turismo rural; marca do destino; imigração; redução da pobreza; <i>stakeholders</i> e desenvolvimento regional; conservação da natureza.</p> |
|--|---|---|

Fonte: Elaboração própria baseado em Solvoll, Alsos e Bulanova (2015)

Outro diferencial, que encontra crescentes aportes na literatura do turismo, é o foco no empreendedorismo coletivo como consequência da existência de um objetivo comum entre as partes interessadas o qual dá origem a parcerias, especialmente para unirem-se para competir com outros destinos turísticos, mudanças no mercado e falta de apoio público ao desenvolvimento do setor (ATELJEVIC; PAGE, 2009). Neste contexto, no turismo é comum o surgimento do empreendedor institucional, que é a pessoa capaz de atuar como o gestor da região ou destino, representando o grupo de *stakeholders* (ATELJEVIC; PAGE, 2009). Assim, surge a figura do co-empresendedor, a qual representa a rede de empreendedores turísticos que se reúnem em associações ou alianças cooperativas para desenvolver o destino turístico (CHIM-MIKI et al, 2016b).

Esta tendência está em compasso com a formação de governança turística liderada pela iniciativa privada, a qual tem apresentado casos de sucesso como legítimos co-empresendimentos. Um bom exemplo disto é o Destino Iguassu (Brasil), que conseguiu criar um organismo de gestão integrada entre as três cidades fronteiriças que formam este destino turístico compartilhado entre Argentina-Brasil e Paraguai (CHIM-MIKI et al., 2016b). De fato, o foco na coopetição como estratégia de gestão de destinos considerando-os como co-empresendimento, ou empreendedorismo compartilhado, é uma das novas linhas de teorização para o empreendedorismo turístico (KYLÄNEN; MARIANI, 2012) quando se trata de empreender o destino turístico.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E TENDÊNCIAS DE AGENDA FUTURA PARA O ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO TURÍSTICO**

Este estudo objetivou uma revisão teórica sobre como está sendo estudado o empreendedorismo turístico. O setor turístico possui alta atomização da oferta, ou seja, é composto por um grande número de micro e pequenas empresas (BASTAKIS; BUHALIS; BUTLER, 2004) que são consideradas motores do desenvolvimento (GETZ; CARLSEN; MORRISON 2004). Este tipo de empreendimento obtém vantagens com as operações em conjunto, pois se complementam em termos de recursos e capacidades (DELLA CORTE; SCIARELLI, 2012).

Os resultados desta revisão indicam que o empreendedorismo no turismo tem sido estudado e ensinado com base as teorias desenvolvidas em outros setores, ou seja, prevalece o enfoque convergente (HJALAGER, 2010). No entanto, em base ao questionamento se este enfoque pode atender as necessidades exigidas para o desenvolvimento do setor turístico, foram surgindo outros estudos, os quais deram origem à corrente divergente de teorização do empreendedorismo turístico. Os estudos convergentes proporcionam uma base teórica adaptada ao turismo de forma mais rápida, no entanto carregam consigo algumas visões pré-concebidas que podem gerar desvios nos resultados das análises do setor turístico, como por exemplo, a clássica divisão do empreendedor por necessidade ou oportunidade (GEM, 2014).

Por outro lado, a perspectiva divergente de teorização do empreendedorismo turístico ainda não tem uma base teórica consolidada e carece de estudos com metodologias de análise mais robustas (SOLVOLL; ALSOS; BULANOVA, 2015), apesar de capturar melhor as particularidades da atividade turística. O somatório destas duas correntes deverá conduzir a consolidação de pressupostos teóricos para o empreendedorismo turístico e para a compreensão da figura do empreendedor turístico. Este conhecimento será a base para que a educação turística forme empreendedores adequados ao mercado atual e ao setor que irão atuar.

É preciso considerar que além da gestão da empresa turística em si mesmo, o empreendedor está inserido num ecossistema que forma o destino turístico. Este contexto exige um perfil de empreendedor coletivo, coopetitivo. Assim quando se trata de estudar o destino turístico como um empreendimento único, o enfoque tradicional pode não ser suficiente, devendo-se, neste caso, utilizar os enfoques de co-emprededorismo (LIANG; DUNN, 2003), empreendedorismo social e *co-workers* (FILLION, 2001). Todas estas perspectivas tem por base a gestão estratégica baseada na coopetição. A qual também, não deixa de ser para o turismo uma perspectiva convergente, pois já é utilizada em muitas áreas no estudo de redes empresariais e interorganizacionais, apesar de que alguns autores estão desenvolvendo uma teoria própria para a coopetição aplicada a destinos turísticos.

Este trabalho teve duas limitações principais. A pesquisa foi baseada em artigos que estiverem presentes na base de dados *Scopus* e considerou o corte temporal de 2000 a 2015 utilizando como critério a existência das palavras "*entrepreneurship and tourism*" no título do artigo. Estes critérios geram exclusão de trabalhos que poderiam estar em outras bases de dados ou utilizem palavras diferentes em seu título, mas que tratassem de empreendedorismo turístico. Também é um limitante a inevitável inferência do pesquisador neste tipo de análise de revisão bibliográfica.

Mesmo considerando as limitações, este artigo contribui para uma visão geral da forma como se esta estudando o empreendedorismo turístico e para incentivar outros pesquisadores a desenvolverem estudos relacionados ao tópico, ajudando na formação de uma base teórica consolidada aplicada ao turismo.

Em resumo, esta revisão de literatura confirma que o empreendedorismo turístico está sendo pouco estudado no setor e ainda carece de muitos aportes, tanto em nível micro (empreendedores e empreendimentos turísticos) como em nível macro (destino turístico e ecossistema empreendedor turístico). Pode-se estabelecer uma tendência para as pesquisas neste tópico com base nas sugestões de temas para pesquisa futura que foram sintetizados dos artigos revisados. Neste sentido, os vazios a serem preenchidos na literatura acadêmica do empreendedorismo turístico são relacionados a:

- Empreendedor turístico e sua influência no desenvolvimento sustentável;
- Estudo de novas oportunidades para o empreendedorismo no turismo;

- Estudo do comportamento empresarial turístico e do perfil do empreendedor cooperativo;
- Análise do destino turístico como unidade de co-empredimento;
- Verificação do nível de risco e dos fatores de inovação nos empreendedores turísticos;
- Estudo dos processos de *Spin-off* turísticas;
- Verificação da importância das incubadoras e aceleradoras turísticas para o fomento do empreendedorismo turístico;
- Estudo dos ecossistemas turísticos;
- Desenvolvimento de modelos de empreendimento dual ou organizações temporais – para minimizar a sazonalidade;
- Estabelecimento das novas competências transversais para a formação turística empreendedora nos cursos universitários e técnicos do turismo e hospitalidade;
- Verificação do nível de empreendedorismo e da intenção empreendedora entre os alunos do turismo e hospitalidade;
- Identificação do perfil do novo empreendedor turístico adaptado ao mercado cooperativo e aos sistemas de governança.
- Estudo do empreendedor em rede turística e o empreendedor institucional;
- Desenvolvimento de empreendedorismo coletivo baseado na confiança mútua e no apoio das associações empresariais locais;
- Estudo do modelo de gestão pública empreendedora para o turismo;
- Estudo dos motivos do empreendedorismo turístico;
- Verificação da relação entre *start-up* turísticas com o perfil do empreendedor, tipo de destino turístico ou modalidade turística;
- Pesquisa sobre a correlação entre a competitividade do destino e o nível de cooperação entre os empreendedores turísticos;
- Pesquisa sobre a correlação entre o nível de governança do destino e a capacidade de cooperação dos empreendedores turísticos.

A relação entre o empreendedorismo e a inovação (SCHUMPETER, 1961), e entre a inovação e a competitividade (HALL; WILLIAMS, 2008) faz com que o estudo do empreendedorismo turístico assuma uma importância fundamental para o desenvolvimento de regiões turísticas. No entanto, as pesquisas no turismo ainda não estão ocupando este espaço na literatura, deixando o estudo do empreendedorismo para a economia e a administração, ou seja, em um plano generalista que não responde de todo as especificidades do fenômeno turístico. Entre a corrente de estudos divergente e convergente precisa surgir um verdadeiro alicerce para a teorização do empreendedorismo turístico, para que este conhecimento possa ser trasladado à base curricular do ensino, e contribua para a educação empreendedora no setor do turismo.

## REFERÊNCIAS

ALTINAY, L.; MADANOGLU, M.; DANIELE, R.; LASHLEY, C. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. **International Journal of Hospitality Management**, v. 31, n. 2, p. 489–499, 2012. doi:10.1016/j.ijhm.2011.07.007

ATELJEVIC, I.; DOORNE, S. 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 8, n. 5, p. 378–392, 2000. doi:10.1080/09669580008667374

ATELJEVIC, J.; LI, L. **Tourism entrepreneurship – Concepts and issues**. In S. J. Page & J. Ateljevic (Eds.), *Tourism and entrepreneurship: International Perspectives*. Oxford: Elsevier, 2009.

ATELJEVIC, J.; PAGE, S. J. (Eds.). **Tourism and entrepreneurship**. London and New York: Routledge, 2009.

BENGTSSON, M.; KOCK, S. Coopetition—Quo vadis? past accomplishments and future challenges. **Industrial Marketing Management**, v. 43, n. 2, p.180-188, 2014.

BOSWORTH, G.; FARRELL, H. Tourism entrepreneurs in Northumberland. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n.4, p.1474-1494, 2011.

BRANDENBURGER, A. M.; NALEBUFF, B. J. **Co-opetition: A revolutionary mindset that combines competition and cooperation in the marketplace**. Boston: Harvard Business School Press, 1996.

BYRD, E. T.; BOSLEY, H. E.; DRONBERGER, M. G. Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. **Tourism Management**, v. 30, n. 5, p. 693–703, 2009. doi:10.1016/j.tourman.2008.10.021

CARLBÄCK, M. Strategic entrepreneurship in the hotel industry: The role of chain affiliation. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 12, n.4, p.349–372, 2012. doi:10.1080/15022250.2012.748506

CANTILLON, R. **Essai sur la Nature du Commerce en Général**, London and Paris: R. Gyles; translated (1931), by Henry Higgs, London: MacMillan and Co., 1755.

CHIM-MIKI, A.F.; BATISTA-CANINO, R.M.; MEDINA-BRITO. **Coopetición en un destino turístico de frontera entre Argentina, Brasil y Paraguay: el caso Poloiguassu**. Revista Semestre Económico, In Press, 2016a.

CHIM-MIKI, A.F.; BATISTA-CANINO, R. M.; MEDINA-BRITO, PINO. **La Competitividad Nacional del Sector de Turismo: Una Comparación de la Medida Interna Vs la Medida Externa**. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, v. 9, n. 20, 2016b.

CHIM-MIKI, A.F. **Desarrollando un modelo de coopetición turística: Una aplicación empírica en Brasil**. Tese de doutorado. Facultad de Turismo, Economía y Gestión, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha, 2016.

CYGLER, J.; GAJDZIK, B.; SROKA, W. Coopetition as a development stimulator of enterprises in the networked steel sector. **Metalurgija**, v. 53, n. 3, p. 383-386, 2014.

DELLA CORTE, V.; SCIARELLI, M. Can coopetition be source of competitive advantage for strategic networks? **Corporate Ownership y Control**, v. 10, n. 1, p.363-379, 2012.

DA SILVA FLORES, L.C.; DA COSTA MENDES, J. Perspectivas do destino turístico: Repensando o sentido do conceito. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, n. 2, p.222-237, 2014.

DANA, L. P.; GURAU, C.; LASCH, F. Entrepreneurship, tourism and regional development: a tale of two villages. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 26, n. 3-4, p.357-374, 2014.

- DEALE, C. S. Entrepreneurship education in hospitality and tourism: insights from entrepreneurs. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, v. 16, n. 1, p.20-39, 2016. doi.org/10.1080/15313220.2015.1117957
- DELLA CORTE, V.; SCIARELLI, M. Can coopetition be source of competitive advantage for strategic networks? **Corporate Ownership y Control**, v. 10, n. 1, p. 363-379, 2012.
- DENICOLAI, S.; CIOCCARELLI, G.; ZUCHELLA, A. Resource-based local development and networked core-competencies for tourism excellence. **Tourism Management**, v. 31, n. 2, p.260–266, 2010. doi:10.1016/j.tourman.2009.03.002
- DI DOMENICO, M.; MILLER, G. Farming and tourism enterprise: Experiential authenticity in the diversification of independent small-scale family farming. **Tourism Management**, v. 33, n. 2, p.285–294, 2012. doi:10.1016/j.tourman.2011.03.007
- DOS ANJOS, F. A.; GADOTTI DOS ANJOS, S. J.; OLIVEIRA, J. P. D. A abordagem sistêmica no processo de planejamento e gestão de territórios urbanos turísticos. **Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 5, n. 3, p.390-407, 2013.
- EDGELL, D. L.; HAENISCH, T. R. **Coopetition: Global tourism beyond the millennium: Charting the course for education, government, and commerce**. USA: International Policy Publishing, 1995.
- FILION, L. J. **Carreiras empreendedoras do futuro**. Revista SEBRAE, Brasília, v.1, 2001.
- GARCÍA, J. A.; GÓMEZ, M.; MOLINA, A. A destination-branding model: An empirical analysis based on stakeholders. **Tourism Management**, v. 33, n. 3, p.646–661, 2012. doi:10.1016/j.tourman.2011.07.006
- GARTNER, W. B.; CARTER, N. M. **Entrepreneurial behavior and firm organizing processes**. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 195–221). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2003.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Informe GEM España 2014**. Editorial de la Universidad de Cantabria, de la Asociación RED GEM España y de CISE, Santander, 155p., 2014.
- GETZ, D.; CARLSEN, J. Family business in tourism: State of the art. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 1, p. 237–258, 2005. doi:10.1016/j.annals.2004.07.006
- GETZ, D.; CARLSEN, J. Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. **Tourism Management**, v. 21, n. 6, p.547–560, 2000. doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00004-2
- GETZ, D.; PETERSEN, T. Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry. **International Journal of Hospitality Management**, v. 24, n. 2, p.219–242, 2005. doi:10.1016/j.ijhm.2004.06.007
- GETZ, D.; CARLSEN, J.; MORRISON, A. **The family business in tourism and hospitality**. CABI, 2004.
- GUREL, E.; ALTINAY, L.; DANIELE, R. Tourism students' entrepreneurial intentions. **Annals of Tourism Research**, v. 37, p. 3, p. 646–669, 2010. doi:10.1016/j.annals.2009.12.003

HABER, S.; REICHEL, A. The cumulative nature of the entrepreneurial process: The contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 119–145, 2007. doi:10.1016/j.jbusvent.2005.09.005

HALL, J., MATOS, S.; SHEEHAN, L.; SILVESTRE, B. Entrepreneurship and innovation at the base of the pyramid: A recipe for inclusive growth or social exclusion? **Journal of Management Studies**, v. 49, n. 4, p. 785–812, 2012. doi:10.1111/j.1467-6486.2012.01044.x

HALL, M. C.; & WILLIAMS, A. M. **Tourism innovation**. Oxon: Routledge, 2008.

HALLAK, R.; ASSAKER, G.; LEE, C. Tourism Entrepreneurship Performance The Effects of Place Identity, Self-Efficacy, and Gender. **Journal of Travel Research**, v. 54, n. 1, p.36-51, 2005. doi: 10.1177/0047287513513170

HALLAK, R.; BROWN, G.; LINDSAY, N. J. The place identity – Performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis. **Tourism Management**, v. 33, n. 1, p.143– 154, 2012. doi:10.1016/j.tourman.2011.02.013

HERNANDEZ-MAESTRO, R. M., AND O. GONZALEZ-BENITO. Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development. **Journal of Travel Research**, published online March 15, 2013. DOI: 10.1177/0047287513481273

HJALAGER, A.-M. A review of innovation research in tourism. **Tourism Management**, v. 31, n. 1, p.1–12, 2010. doi:10.1016/j.tourman.2009.08.012

IORIO, M.; CORSALE, A. Rural tourism and livelihood strategies in Romania. **Journal of Rural Studies**, v. 26, n. 2, p.152–162, 2010. doi:10.1016/j.jrurstud.2009.10.006

JAAFAR, M.; RASOOLIMANESH, S. M. . Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. **Tourism Management Perspectives**, v. 14, p.17-24, 2015. doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001

JORDE, T. M.; TEECE, D. J. **Competition and cooperation: Striking the right balance**. California Management Review, v. 31, n. 3, p. 25-37, 1989.

KENSBOCK, S.; JENNINGS, G. Pursuing: A grounded theory of tourism entrepreneurs' understanding and praxis of sustainable tourism. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, v. 16, n. 5, p. 489–504, 2011. doi:10.1080/10941665.2011.597574

KIBEDI, G. B. Development of tourism entrepreneurs in **Canada**. **The Tourist Review**, v. 34, n.2, p.9-11, 1979.

KLINE, C.; HAO, H.; ALDERMAN, D.; KLECKLEY, J. W.; GRAY, S. A spatial analysis oftourism, entrepreneurship and the entrepreneurial ecosystem in North Carolina, USA. **Tourism Planning & Development**, v. 11, n. 3, p. 305-316, 2014. doi.org/10.1080/21568316.2014.890127

KNIGHT, F. H. **Risk, uncertainty and profit**. New York: Hart, Schaffner and Marx, 1921.

KOH, K. Y.; HATTEN, T. S. The tourism entrepreneur: The overlooked player in tourism development studies. **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, v. 3, n. 1, p. 21–48, 2002. doi:10.1300/J149v03n01\_02

KYLANEN, M.; MARIANI, M. M. Unpacking the temporal dimension of coopetition in tourism destinations: Evidence from finnish and italian theme parks. *Anatolia*, v. 23, n. 1, p. 61-74, 2012.

LERNER, M.; HABER, S. Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of Business Venturing*, v. 16, n. 1, p.77–100, 2001. doi:10.1016/S0883-9026(99)00038-5

LIANG, K.; DUNN, P. **Love, life, and family ties: Couples' assessment of new venture creation and business development and family relationships**. Proceedings of the Association for Small Business and Entrepreneurship,(pp.41-62),Conway, Arkansas, 2003.

LORDKIPANIDZE, M.; BREZET, H.; BACKMAN, M. The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, v. 13, n. 8, p.787–798, 2005. doi:10.1016/j.jclepro.2004.02.043

MANYARA, G.; JONES, E. Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 15, n. 6, p. 628–644, 2007. doi:10.2167/jost723.0

MCGEHEE, N. G.; KIM, K. Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, v. 43, n. 2, p. 161–170, 2004. doi:10.1177/0047287504268245

MCGEHEE, N. G.; KIM, K.; JENNINGS, G. R. Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*, v. 28, n. 1, p. 280–289, 2007. doi:10.1016/j.tourman.2005.12.022

MELO NETO, F DE P; BRENNAND, J. **Empreendedorismo Social: A Transição para a Sociedade Sustentável**. Rio De Janeiro: Qualitymark, 2002.

MENGER, CARL. **Principles of Economics**. New York: New York University Press, 1871

MITCHELL, R. E.; EAGLES, P. J. F. An integrative approach to tourism: Lessons from the Andes of Peru. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 9, n. 1,p. 4–28, 2001.

MORRISON, A. A contextualisation of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v.. 12, n. 4, p. 192–209, 2006. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/13552550610679159>

MOSCARDO, G. Tourism and community leadership in rural regions: Linking mobility, entrepreneurship, tourism development and community well-being. *Tourism Planning & Development*, v. 11, n. 3, p. 354-370, 2014. doi.org/10.1080/21568316.2014.890129

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO –OMT. **Proyecto Gobernanza para el Sector Turístico – Informe Ejecutivo**. Madrid, 2010.

PETERS, M; BUHALIS, D. Family hotel businesses: Strategic planning and the need for education and training. *Education+ Training*, v. 46, n. 8/9, p. 406–415, 2004.

PORTER, M. E. **The competitive advantage of nations**. Cambridge: Harvard Business Review, v. 68, n. 2, p. 73-93, 1990.

PROSERPIO, R. O. **Avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil**. Aleph, São Paulo, 2007.

QUEIROZ, F.; HORRILLO, M. A. R. State of art in tourist destination governance. **Encontros Científicos-Tourism y Management Studies**, v. 11, n. 2, p. 47-55, 2015.

RITCHIE, J. B.; CROUCH, G. I. **The competitive destination: A sustainable tourism perspective**. Calgary: CABI, 2003.

RUSSELL, R.; FAULKNER, B. Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 556–579, 2004. doi:10.1016/j.annals.2004.01.008

RYAN, C. Equity, management, power sharing and sustainability – issues of the ‘new tourism’. **Tourism Management**, v. 23, n. 1, p. 17–26, 2002. doi:10.1016/S0261-5177(01)00064-4

SACHS, I. **Inclusão social pelo trabalho: Desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte**. São Paulo: Editora Garamond, 2003.

SAY, JEAN-BAPTISTE. **Traité d’Économie Politique**. A.-A. Renouard, 1814.

SCHIAVONE, F.; SIMONI, M. An experience-based view of co-opetition in R&D networks. **European Journal of Innovation Management**, 14 (2),136-154, 2011.

SCHUMPETER, J. **A Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217–226, 2000.

SHARMA, P.; CHRISMAN, S. J. J. Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 23, n. 3, p. 11–27, 1999.

SHARPLEY, R. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. **Tourism Management**, v. 23, n. 3, p. 233–244, 2002. doi:10.1016/S0261-5177(01)00078-4

SILVA, J. A.; MENDES, J.; GUERREIRO, M. A qualidade dos destinos turísticos: Dos modelos aos indicadores. **Revista Portuguesa de Gestão**, v. 16, n.1, p. 65-81, 2001.

SILVA, K. O.; ANJOS, S. J. G. Micro e pequenas empresas no turismo: aspectos teórico conceituais. **Turismo e Sociedade**, v.8, p.75-98, 2015.

SOLVOLL, S.; ALSOS, G.A.; BULANOVA, O. Tourism entrepreneurship–Review and future directions. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 15 , n. (sup1), p. 120-137, 2015.

SUNDBO, J.; ORFILA-SINTES, F.; SØRENSEN, F. The innovative behaviour of tourism firms – comparative studies of Denmark and Spain. **Research Policy**, v. 36, n.1, p. 88–106, 2007. doi:10.1016/j.respol.2006.08.004

TEW, C.; BARBIERI, C. THE PERCEIVED BENEFITS OF AGRITOURISM: THE PROVIDER’S PERSPECTIVE. **Tourism Management**, v. 33, n.1, p. 215–224, 2012. doi:10.1016/j.tourman.2011.02.005

THOMPSON, M.; HOMEWOOD, K. Entrepreneurs, elites, and exclusion in Maasailand: Trends in wildlife conservation and pastoralist development. **Human Ecology**, v. 30, n.1, p. 107–138, 2002. doi:10.1023/A:1014519113923

TIMÓN, D. A. B. El concepto de destino turístico. una aproximación geográfico-territorial. **Estudios Turísticos**, v. 160, p. 45-68, 2004.

TINSLEY, R.; LYNCH, P. Small tourism business networks and destination development. **International Journal of Hospitality Management**, v. 20, n.4, p.367-378, 2001.

VIANNA, S. L. G.; GADOTTI DOS ANJOS, S. J. ; DOS ANJOS, F. A. Competitividade na destinação turística: análise do desempenho real frente ao desempenho percebido pelos gestores. **Applied Tourism**, v. 1, n.1, p.145-172, 2016.

WILLIAMS, A. M.; HALL, C. M. Tourism and migration: New relationships between production and consumption. **Tourism Geographies**, v. 2, n.1, p. 5–27, 2000. doi:10.1080/146166800363420

WILLIAMS, A. M.; SHAW, G. Internationalization and innovation in tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 1, p. 27–51, 2011. doi:10.1016/j.annals.2010.09.006.

WILSON, S.; FESENMAIER, D. R.; FESENMAIER, J.; VAN ES, J. C. Factors for success in rural tourism development. **Journal of Travel Research**, v. 40, n. 2, p. 132–138, 2001. doi:10.1177/004728750104000203

YANG, L.; WALL, G. Ethnic tourism: A framework and an application. **Tourism Management**, v. 30, n. 4, p. 559–570, 2009. doi:10.1016/j.tourman.2008.09.008.

YANG, L.; WALL, G.; SMITH, S. L. J. Ethnic tourism development: Chinese government perspectives. **Annals of Tourism Research**, v. 35, n. 3, p. 751–771, 2008. doi:10.1016/j.annals.2008.06.005

ZAPATA, M. J.; HALL, C. M.; LINDO, P.; VANDERSCHAEGHE, M. Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. **Current Issues in Tourism**, v. 14, n. 8, p. 725–749, 2011. doi:10.1080/13683500.2011.559200

ZHAO, W.; RITCHIE, J. R.; ECHTNER, C. M. Social capital and tourism entrepreneurship. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1570–1593, 2011. doi:10.1016/j.annals.2011.02.006

*Tourism entrepreneurship: perspectives of research and future agenda to a cooperative destination*

**Abstract:**

Entrepreneurship is an important pillar for competitiveness, innovation and the development of tourism regions. In the current context there has been a change in the way to compete individually for joint operations, generating other types of entrepreneurs. Thus, new constructs as Coopetition, Co-worker and co-entrepreneur occupy space on the market, education and academic research. This work provides a theoretical review of the tourism entrepreneurship and how it is being studied in the literature. Therefore, it helps to identify the entrepreneurship study perspectives in a sector that has different characteristics. Among the results of this theoretical review is observed the existence of a convergent stream and other divergent in the theorization the tourism entrepreneurship. The convergent stream performs a transfer and adaptation of theories and models applied to other economic sectors. On other hand, the divergent stream considers tourism as a phenomenon, not just an activity or economic sector, and thus seeks to create own theorizing for tourism entrepreneurship. However, in the general context, the tourism literature still needs to occupy a large space left by this topic in tourism studies.

**Keywords:** Tourism Entrepreneurship; Coopetition; Co-entrepreneurship; Competitiveness.

Artigo recebido em 08/09/2016. Aceito para publicação em 15/12/2016.