

OECD 8th Rural Development Policy Conference
"Innovation and Modernising the Rural Economy"
3-5 October 2012
Krasnoyarsk, Russia

Anabela Dinis

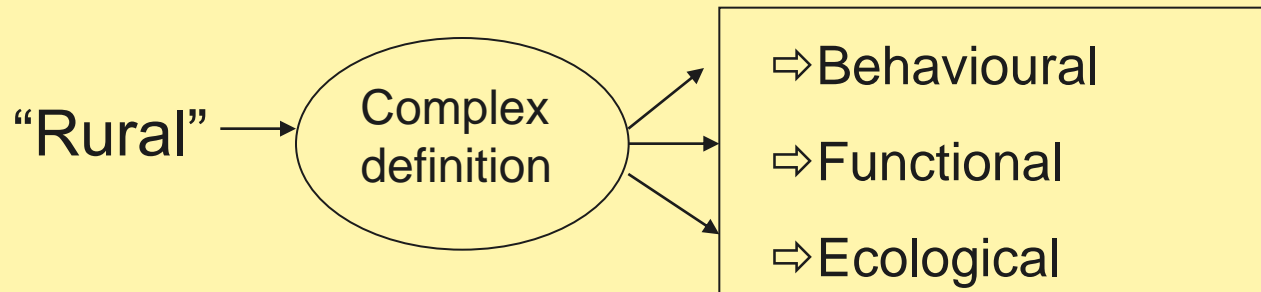
NECE Business Research Unit / Business and Economic Department
University of Beira Interior
Portugal



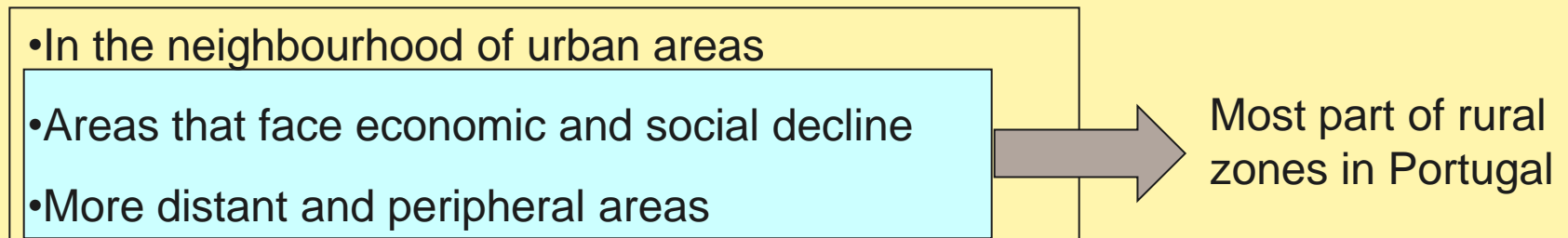
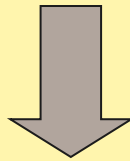
**ENTREPRENEURSHIP AND
INNOVATION IN RURAL AREAS**

STRATEGIES AND PROCESSES

The rural context...



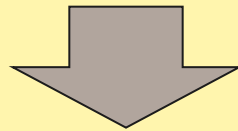
Diversity of Rural areas:





Rural areas in Portugal

- Heavy height of agricultural/ florestal activities
- Traditionalism
- Aging population
- Lower levels of education
- Depopulation

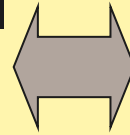


Low densities
Isolation

The several dimensions of low density and isolation/exclusion

Low densities

- Demographic
- Institucional
- Relacional
- Ocupacional
- Economical

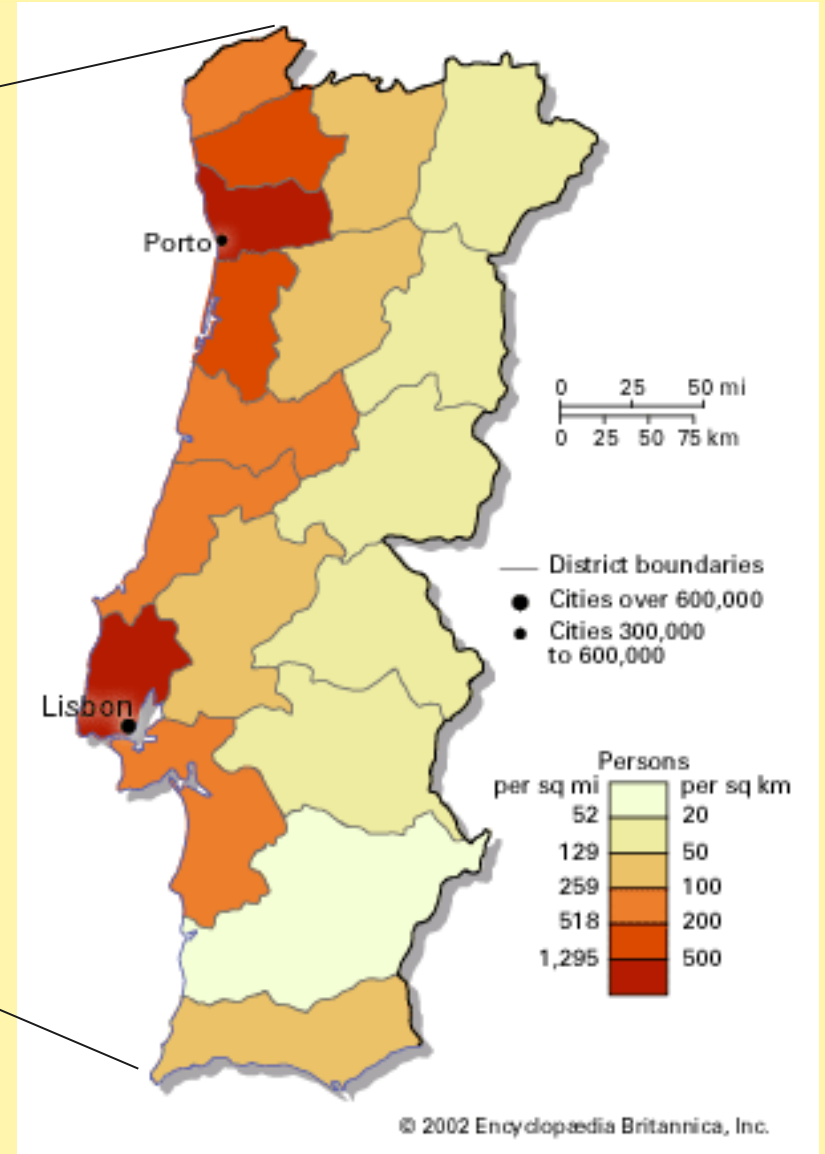


exclusion

- physical
- Economical
- Social
- Psychological

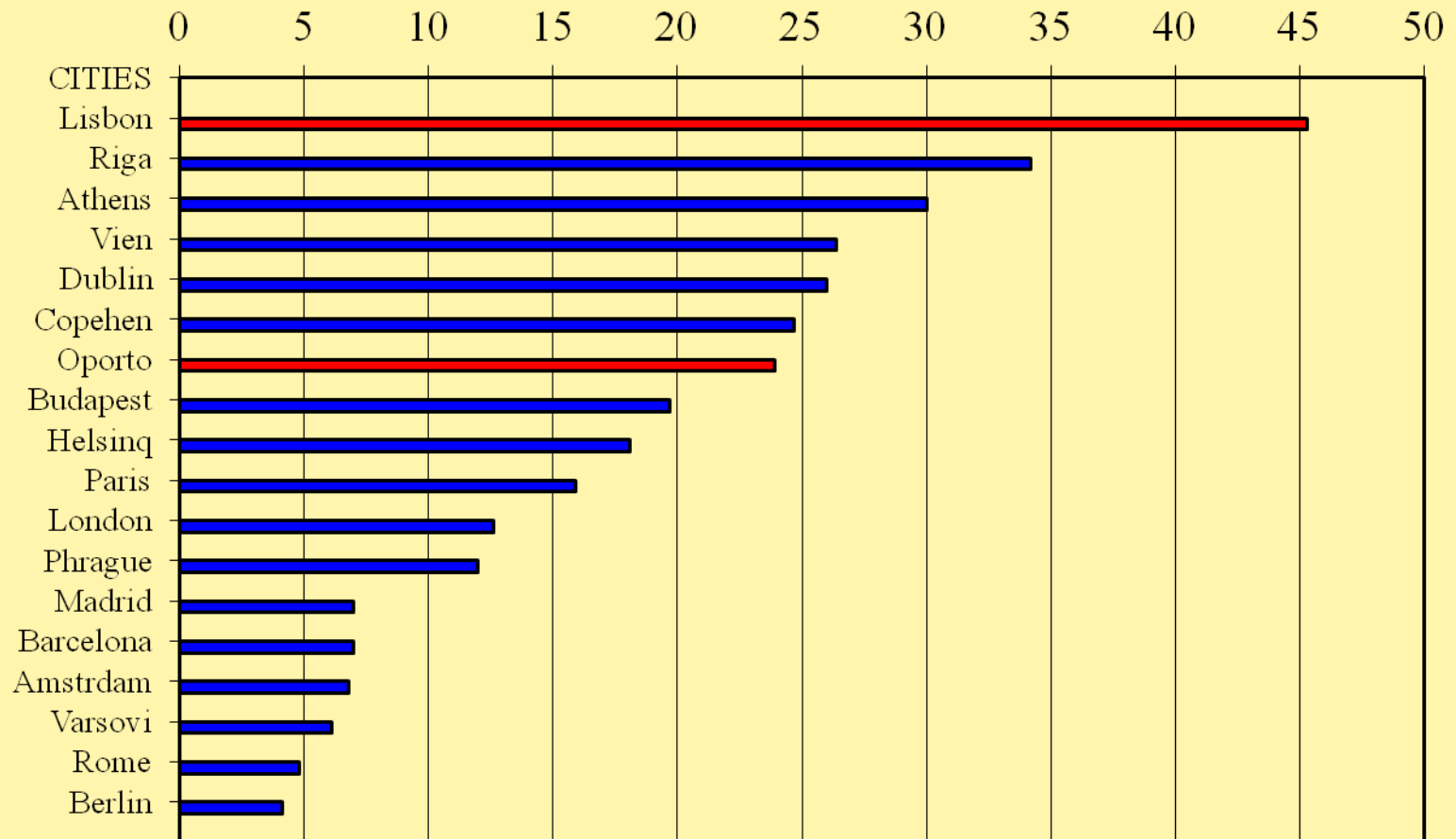


Population densities in Portugal



Rural areas in Portugal : a two fold periphery

Population Living in European Cities in 2015
(in % of the total population of each country)



Source: United Nations (2001) *World Urbanization Prospects*

...the role of entrepreneurship

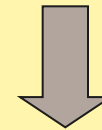
The key to sustainable development of rural regions is to develop an independent perspective and discovery of endogenous potential

ESDP, European Commission 1999

Endogenous Development of regions

Ability to generate their own business projects

New firms; New activities
(Entrepreneurship)



Generate employment, wealth,
development for regions



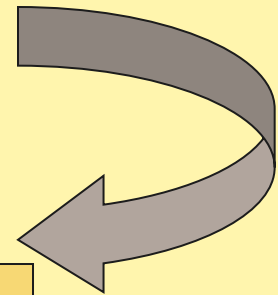
Successful empirical experiences of endogenous regional development

- *“Industrial districts”*
- *“Milieux inovateurs”*
- *“Learning regions”*

Territorial and business dynamics are mutually dependent

this mutual relationship can represent a problem for lagged rural regions where this relational dynamic does not exist.

How firms emerge in rural and peripheral regions and how do these firms managed to be successful even within an adverse local environment?



Quinta do Espinho/Bucha & Pinga: Barriosa




Fonte: <http://www.barriosa.serradaestrela.com>

**Bucha
pinga &**

Aguardente de Medronho Velha

A Quinta do Espinho tem o prazer de apresentar uma Aguardente de Medronho Velha. Mantendo o nome comercial "Obras do Caratlo" dá continuação à excepcional qualidade desta peculiar aguardente que vem já sendo feita há algum tempo. Esta Aguardente Velha distingue-se pelo facto de ser de Medronho. O seu aroma é frutado-intenso e ao mesmo tempo suave-macio. Característica que lhe advém da própria fruta e do tempo passado ao longo de décadas dentro de barricas de carvalho nacional. O seu paladar é perfumado, fino e avulsado. Única e particular, esta Aguardente de Medronho Velha congrega a tradição serrana com as exigências e o rigor das destilarias da Quinta do Espinho, Lda.






O nome Obleira do Cacato é uma lenda que se encontra nos contos de vale do rio Alentejo. Uma noite da Serra de Funchal, após uma noite de águas fortes, um diabinho, não se dá a fazer e como se não tivesse o quê fazer, encontra-se a fazer com as suas mãos o que lhe dá...

A variedade cultivada de mel é o mel de Obleira. As montes Cacato. As quedas de águas cristalinas, chamadas de Funchal, Obleira do Cacato, são fonte de uma harmonização de gentes que fazem o mel de Obleira.

Os produtores naturais Obleira do Cacato são produzidos e transformados com base na experiência e tradição que se tem vindo a desenvolver ao longo de séculos. Hoje, com a ajuda de algumas produções que todos os dias...





O nome Obleira do Cacato é uma lenda que se encontra nos contos de vale do rio Alentejo. Uma noite da Serra de Funchal, após uma noite de águas fortes, um diabinho, não se dá a fazer e como se não tivesse o quê fazer, encontra-se a fazer com as suas mãos o que lhe dá...

A variedade cultivada de mel é o mel de Obleira. As montes Cacato. As quedas de águas cristalinas, chamadas de Funchal, Obleira do Cacato, são fonte de uma harmonização de gentes que fazem o mel de Obleira.

Os produtores naturais Obleira do Cacato são produzidos e transformados com base na experiência e tradição que se tem vindo a desenvolver ao longo de séculos. Hoje, com a ajuda de algumas produções que todos os dias...




Este Vinagre foi obtido a partir de frutos adocorados colhidos em pequenas lagoas que circundam a nossa aldeia, Barrios.

Seguidamente, estes frutos (melancia, abacaxiz, damasco, laranja e algumas outras) foram espremididos e o suco resultante fermentado obtendo-se assim o vinagre que após alguns tempos (dependendo da temperatura) foi filtrado dando lugar a este maravilhoso vinagre. Justamente por se tratar de um produto natural, este vinagre possui um sabor muito agradável, com diversas virtudes para a saúde e excelente para a digestão, sendo um ótimo aliado para a saúde e um excelente aliado para a saúde.

Com o aspecto muito agradável, da cor de mel e do facto de não ter sido filtrado para obter, característico deste vinagre, este produto é um excelente aliado para a saúde e um excelente aliado para a saúde.

Este vinagre contém uma percentagem de proteínas naturais colhidas nos frutos doces e no pinga-de-cabrito, que ajudam durante a ingestão do vinagre, tais como: melancia, abacaxiz, damasco, laranja e outras frutas, tornando-se um excelente aliado para a saúde e um excelente aliado para a saúde. Especialmente.



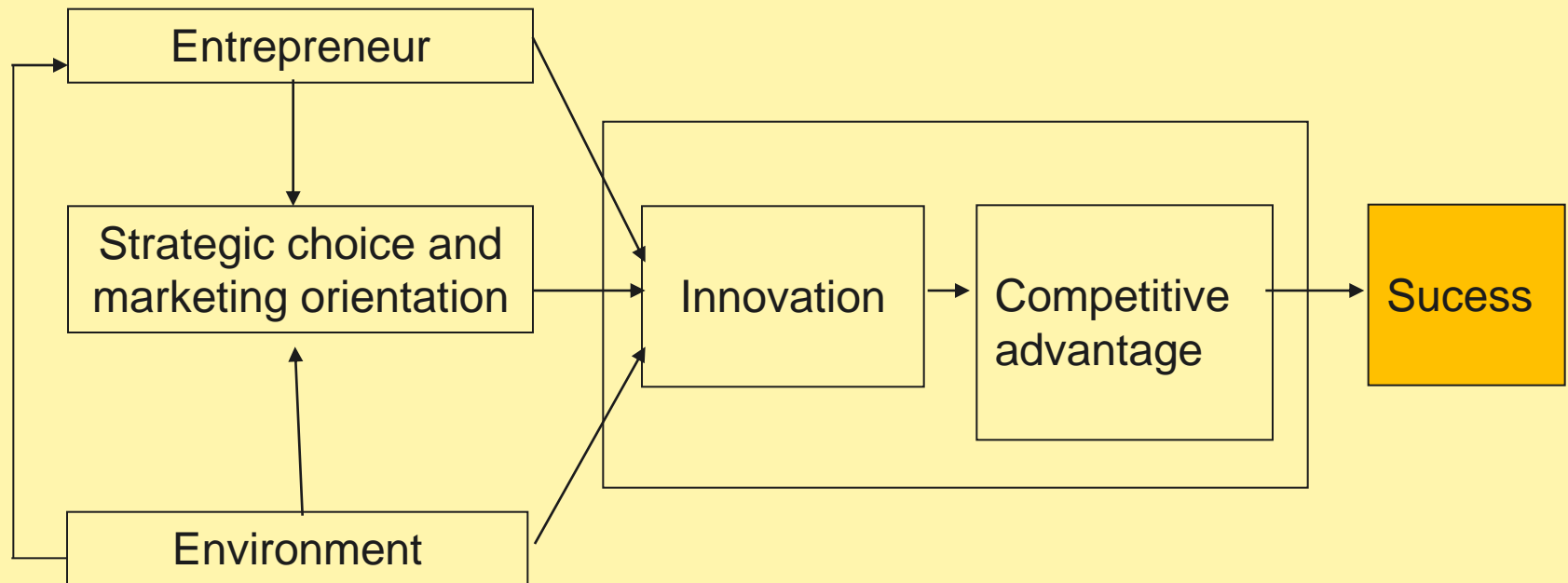
Bucha & Pinga

Prenda Homem / Mulher

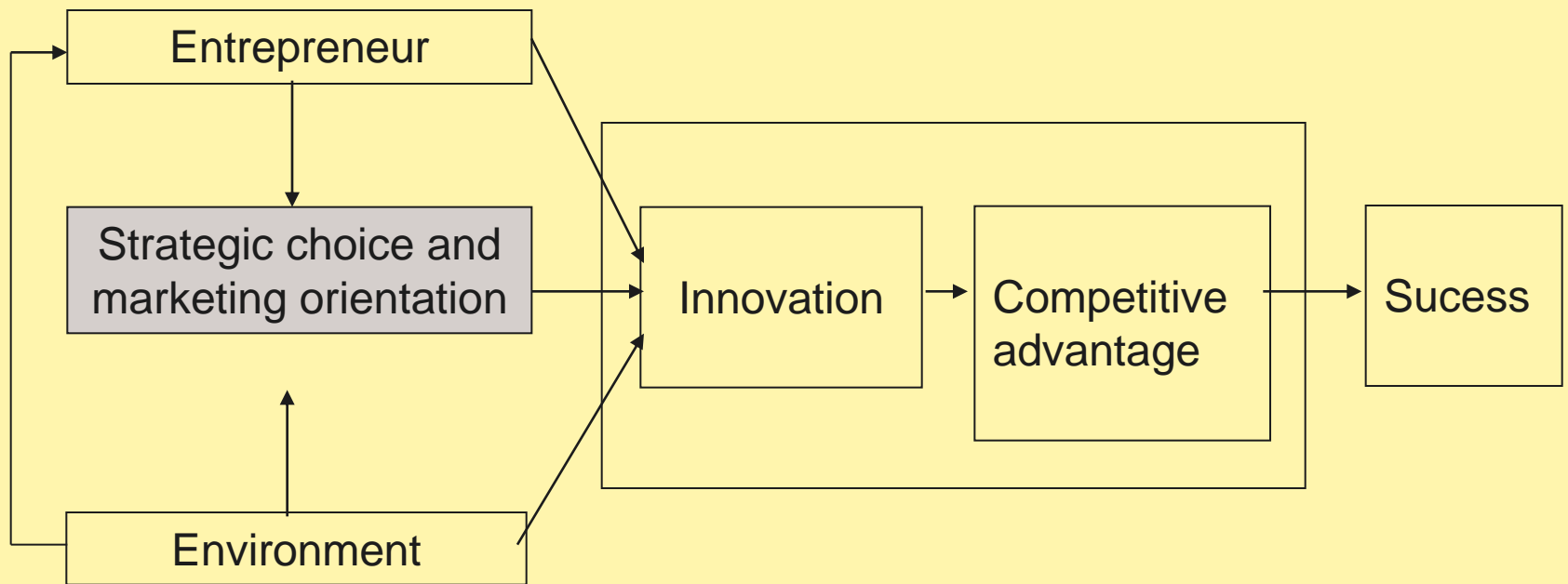


What theory says...

Factors Affecting Innovation and Success of Small Firms



Factors Affecting Innovation and Success of Small Firms



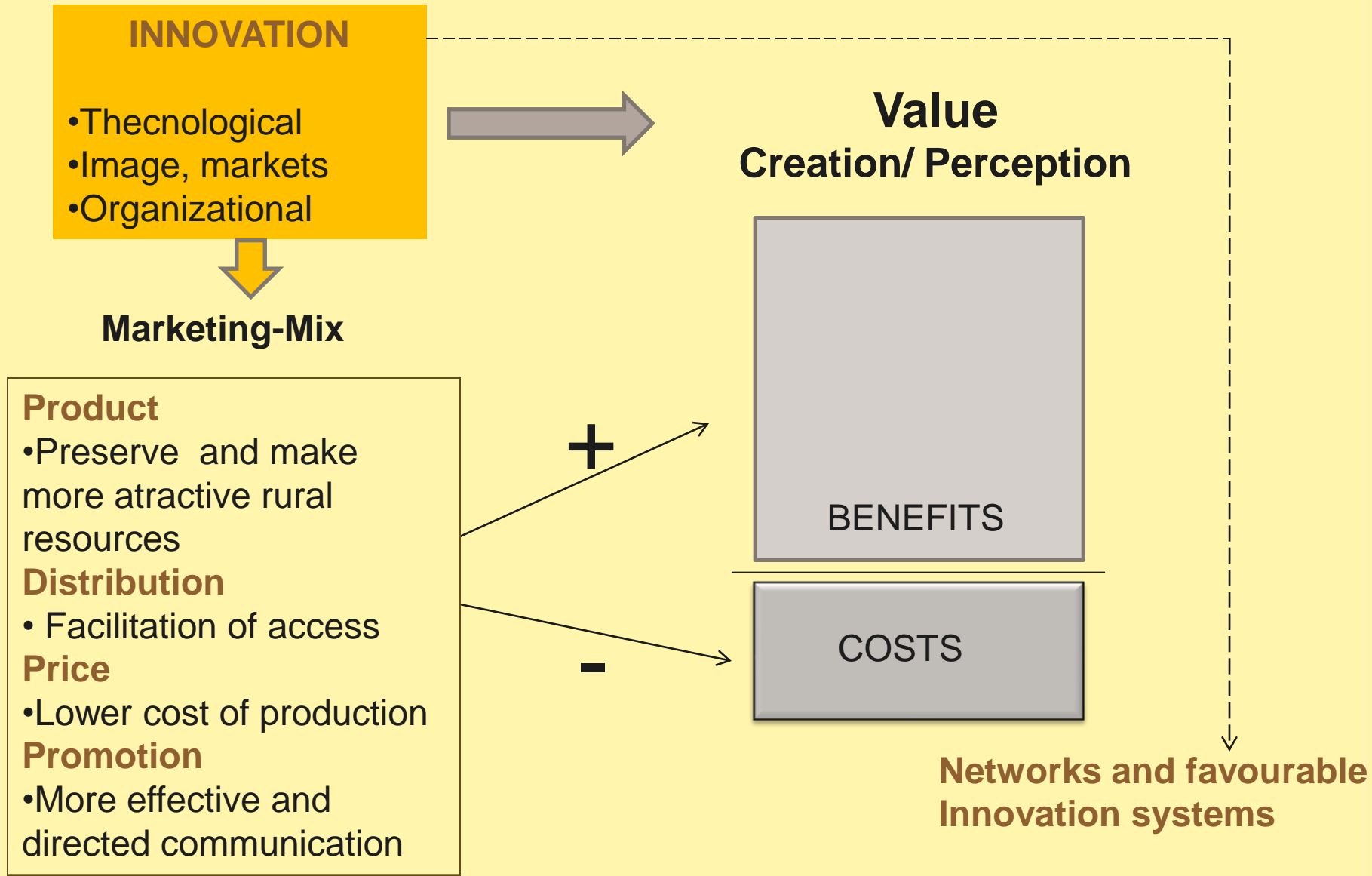
Marketing Strategies and Innovation



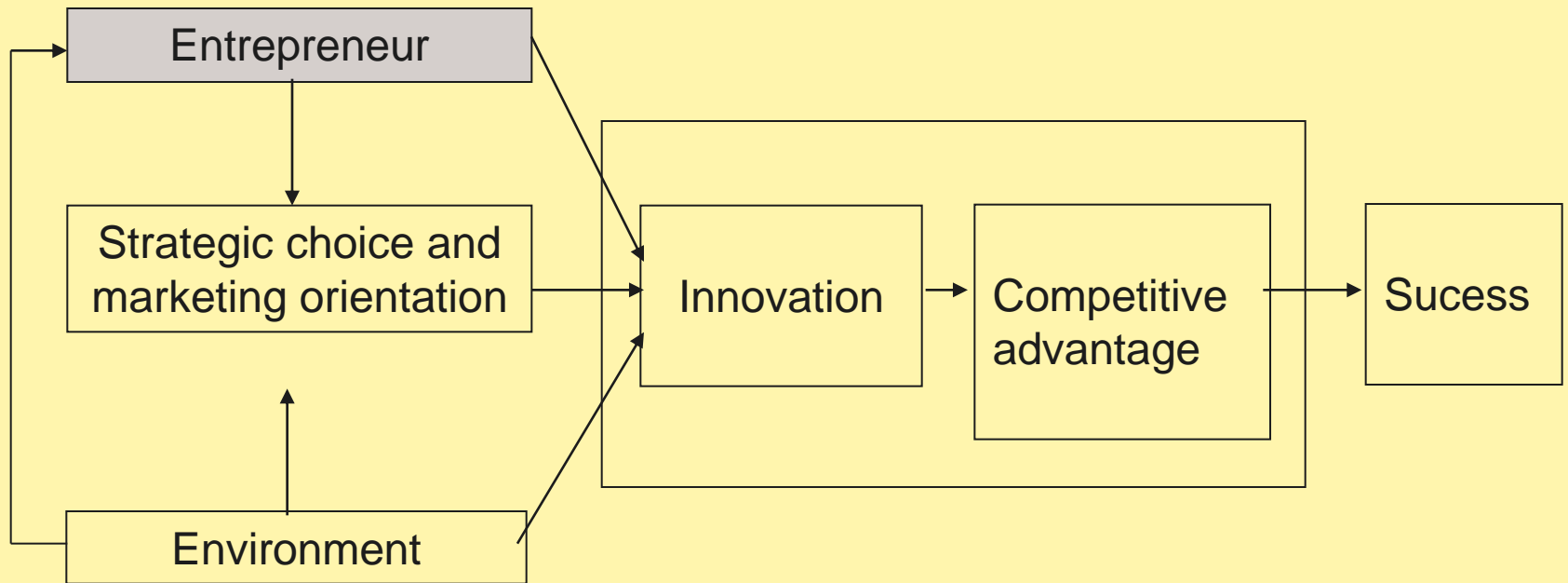
A Matrix of Niche Goods and Services in Rural Areas

	Rural Resources		
	Natural resources	Tradition and cultural heritage	Environment and amenity resources
Goods	<ul style="list-style-type: none"> -High quality vegetables and fruits -Traditionally made cheeses -Organic production -Medical plants -Local Pickles -Dried Flowers -Fish paste and dried fish -Mineral waters -Dried fruits 	<ul style="list-style-type: none"> -Crafts such as ceramic and pottery -Jewellery -Embroidery -Rugs -Wooden toys and bowls -Traditional costumes -Flax knits. 	<ul style="list-style-type: none"> -Attractive environments, good climate, clean air which may attract research centres and high-technology enterprises - Goods produced using local energy or scarce resources such as pure or mineral water
Services	<ul style="list-style-type: none"> Toolmakers, outlifters and guides for hunting, fishing, camping and skiing Hotels and inns Restaurants serving local specialities farms Ecological museums Natural Parks. 	<ul style="list-style-type: none"> Historical monuments Traditional architectures Local museums Local festival and folk dances Restaurants serving traditional cuisine 	<ul style="list-style-type: none"> Villages and rest -or retirement homes Health and fitness centres equipped with accommodation.

Niche marketing Strategies and Innovation



Factors Affecting Innovation and Success of Small Firms



Factors related with entrepreneurial vocation in rural and peripheral areas



FIRST ORDER FACTORS

Lack of alternatives

Previous experience in the sector:

- Professional training
- Previous job
- Family business/activity
- Development of an hobby

Life experiences

- Studied in a different place
- Worked abroad
- Native of urban centres/other countries
- Frequent visits to other places
- Access to more developed social networks

Other demographic characteristics:

- Some level of literacy (not necessarily university degrees)
- Relatively young persons

SECOND ORDER FACTORS

Financial resources

Mental frames of reference:

- Global/enlarged vision of reality

Attitudes/behaviours

- Innovative and adventurous
- Pro-active attitude
- Active search of information
- Dynamism
- Achievement orientated
- Ambition

TYPE OF ENTREPRENEUR

OWNER ENTREPRENEUR

Criteria to evaluate success:

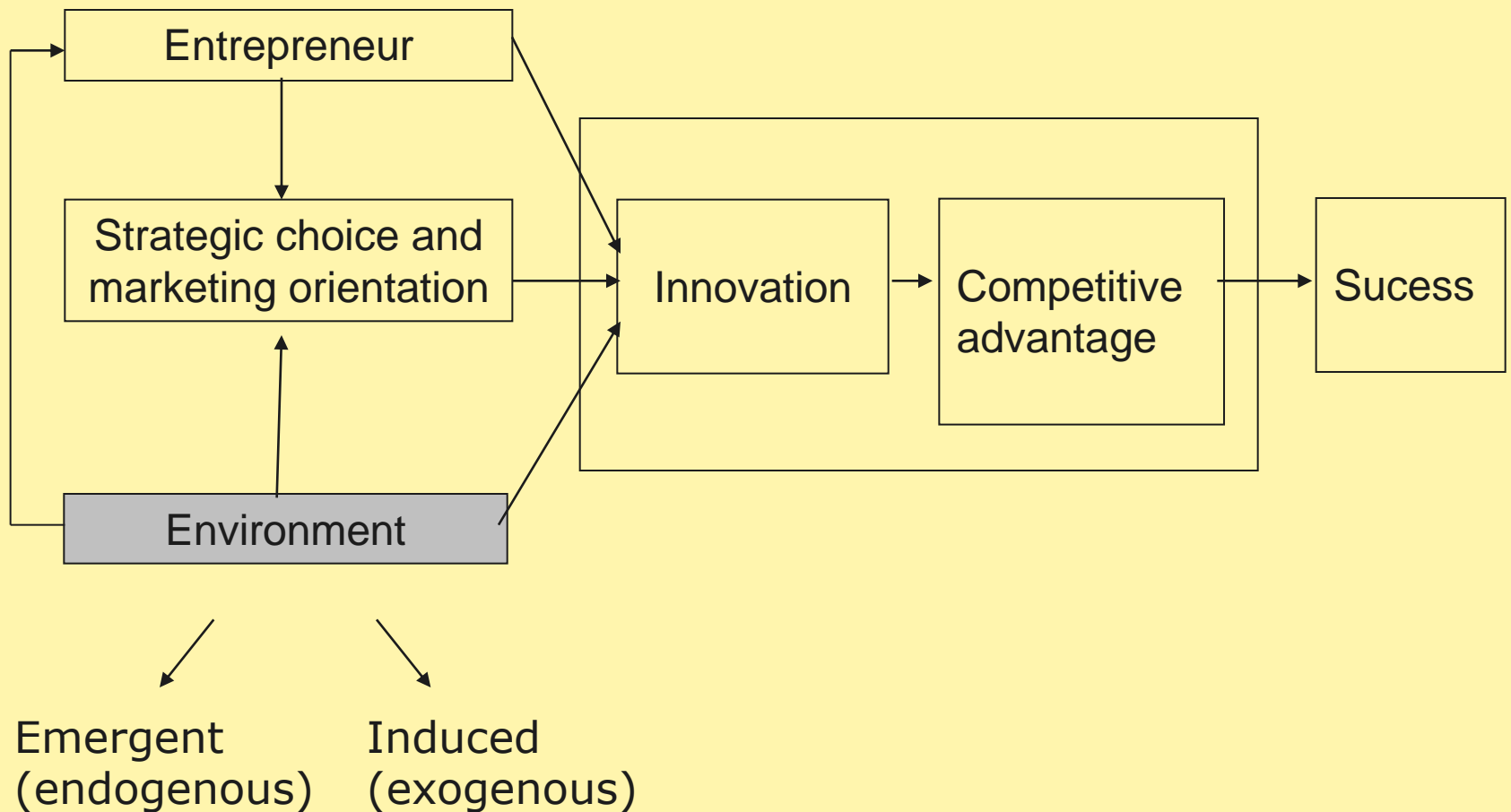
- Self-employment
- Supplementary income
- Make good use of endogenous resources
- Preservation of a traditional “know-how”

ENTREPRENEURIAL ENTREPRENEUR

Criteria to evaluate success:

- Creation of new employment opportunities
- Creation of wealth in the region
- Both preservation of a traditional “know-how” and innovation
- Link endogenous resources with exogenous markets
- Quality of the product
- Business growth

Factors Affecting Innovation and Success of Small Firms



The role of institutional support

Barriers to rural entrepreneurship/development

Scarce or inadequate financing

Poor infrastructure

Difficult accessibility

Shortage of managerial skills

Lack of entrepreneurial culture

Difficulty in accessing or understanding information

Shortage of qualified human resources

Fragmentation of supply

Lack of self-confidence

Measures to overcome Barriers

➤ Financial support

➤ Creation of infrastructure and improvement of accessibility

➤ Promote information and training

➤ Promoting a collective development strategy

Networks





The importance of networks

Success of some
economies based
on SME
networking and
access to
information

"the key problem for
small firms appears not
to be that of being small,
but of being isolated"

Pyke e Senberger (1990:4)



The role of networks

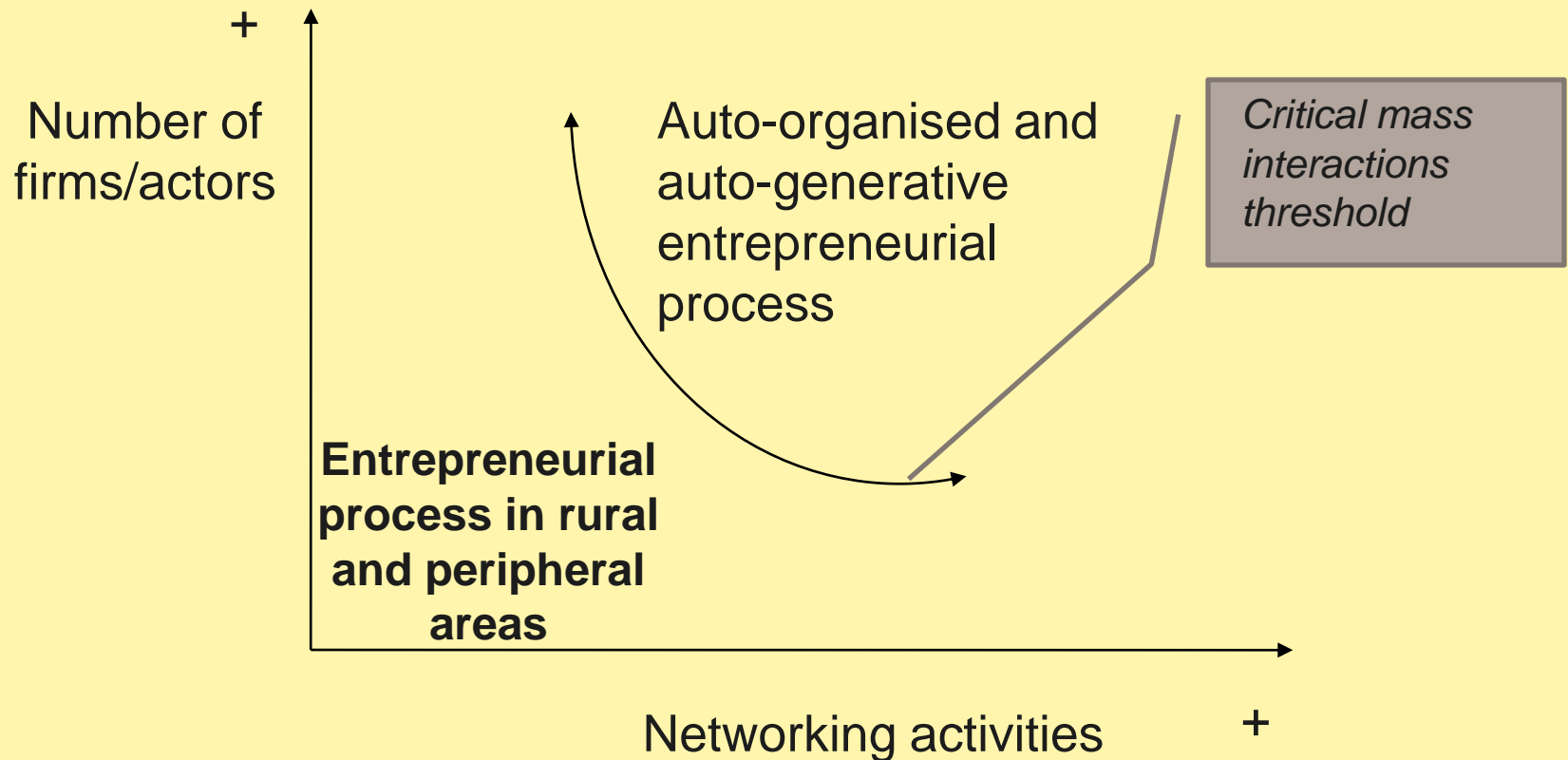
Networks = set of connections/relationships between actors



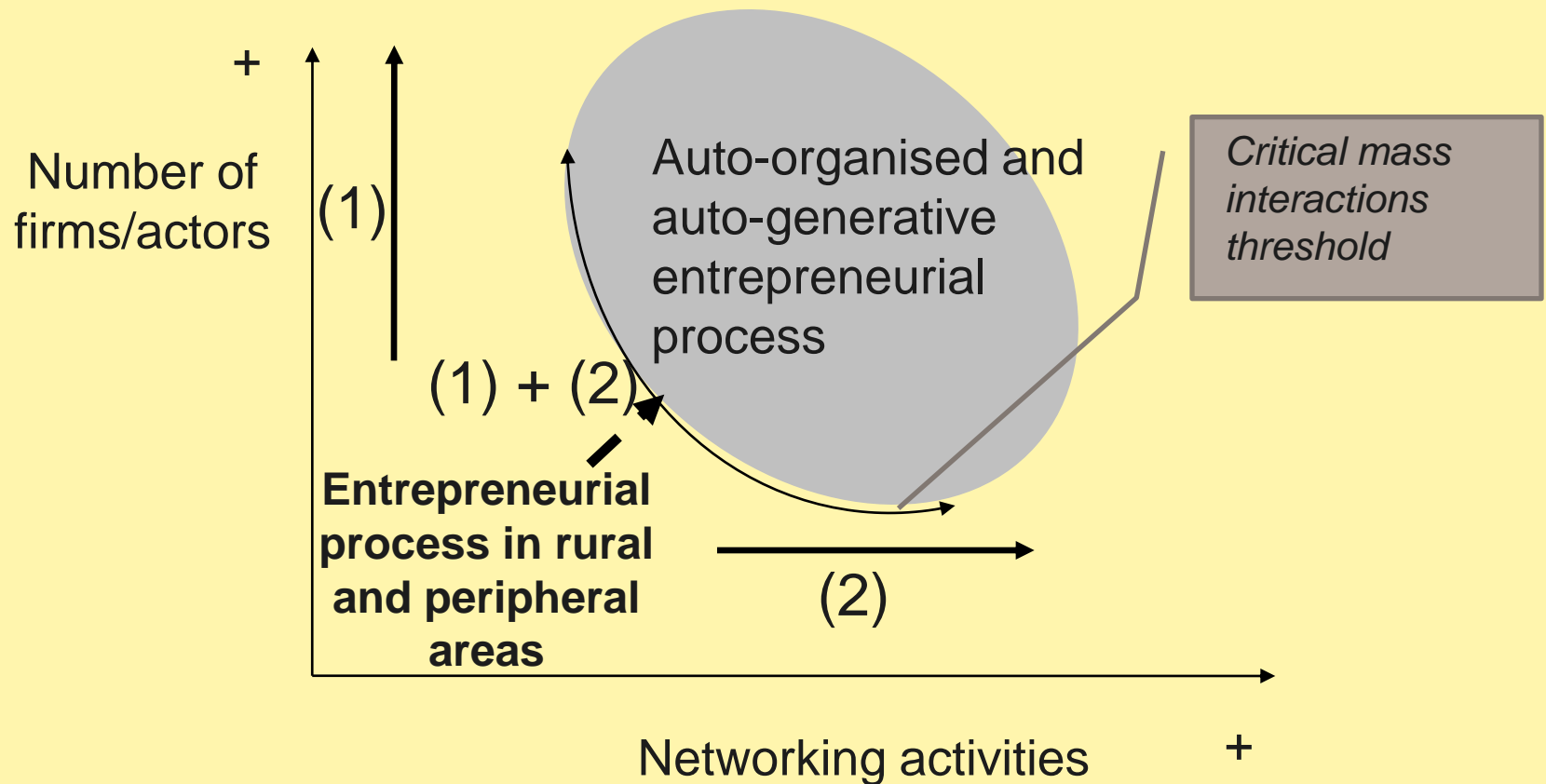
- Sources of information and learning
- Sources of new opportunities and potential creators of new ideas and projects (innovation)
- Allows access to various resources
- Build and maintain confidence and willpower promoting action
- Vehicle influence on the environment by promoting socio-political legitimacy and identification with the results



The threshold of interactions critical mass as a threshold between underdevelopment and economic development



From ineffective to effective networks





Promotion of *local and* global networks

Local networks = spatially concentrated networks

Clusters
Social Capital

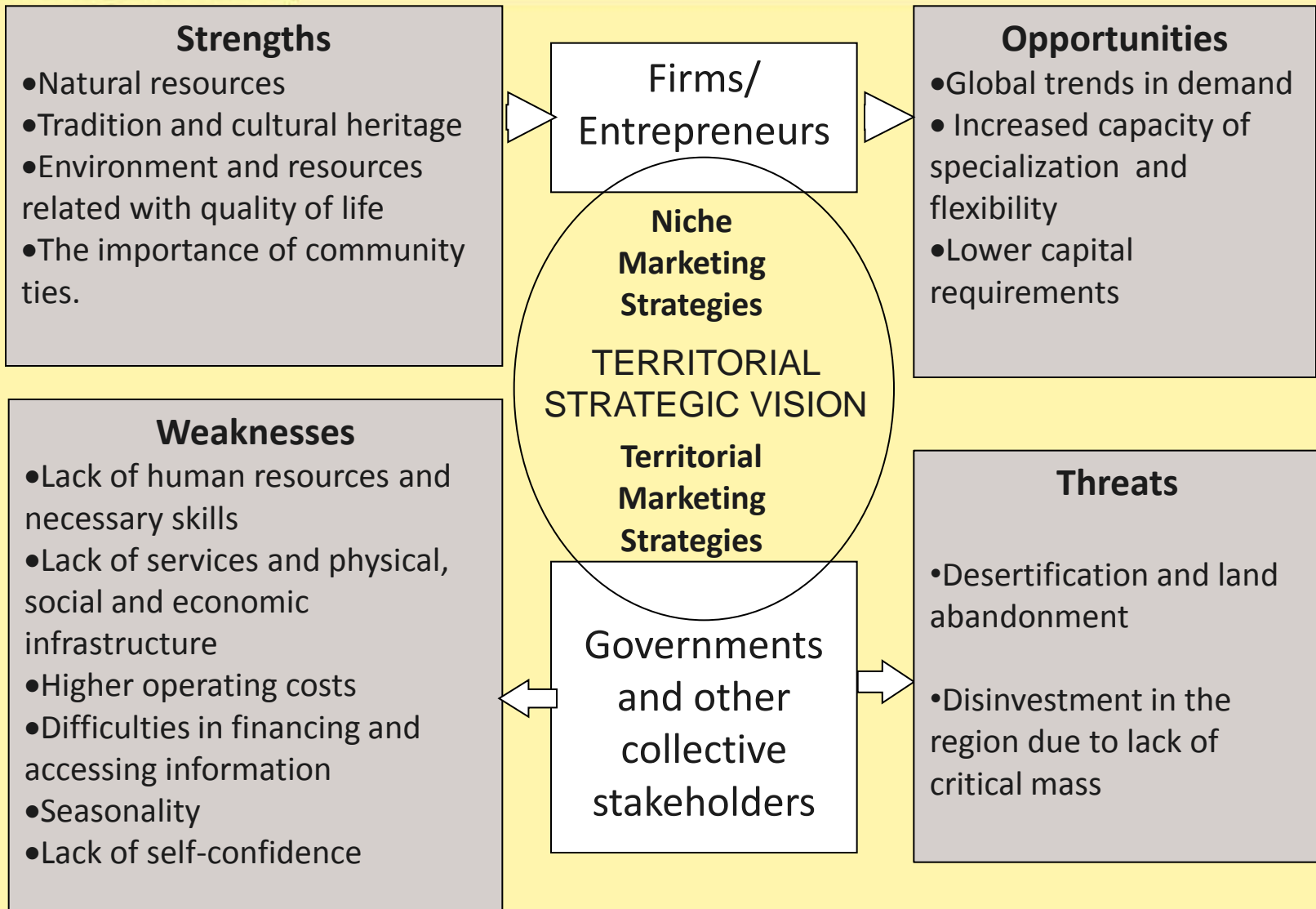
+

Global networks = links with **individuals** / **institutions** in more central and cosmopolitan regions



**Territorial
marketing**

From swot analysis to individual and collective strategy



“Querença” project



- **Aim:** territorial rescue
- **Target:** rural territories in risk of abandonment
- **Instruments:** young graduates available to live in those territories, expert volunteers, public policies, partnerships between public and private organizations (1st, 2nd and 3rd sector)

“Querença” project



Objectives:

- Develop social and symbolic interaction
- Promote endogenous businesses

Process:

Three phases

- Project phase (9 months)
- Pós-project phase (3-6 months)

Querença activities

PROGRAMA
PROGRAM

10H00 Abertura do Mercado
10H30 Workshop Artesanal "Pintura em tecido"
11H00 Educação ambiental "Flora-Procura-se"
11H00 Actuação Rancho Folclórico
11H30 Workshop "Flores Comestíveis"

PRODUTOS HORTÍCOLAS
ARTESANATO INOVADOR
GASTRONOMIA
ANIMAÇÃO CULTURAL
WORKSHOPS
CURSOS
ECOTURISMO
PATRIMÓNIO
EMOÇÕES

informações
INFORMATION
geral@projectoqueerencia.com
00351 289 422 607
facebook.com/projectoqueerencia
www.projectoqueerencia.com

Querença
Mercado
de Querença
tradição & bom gosto

FLORES • FLOWERS

MAIO 27 MAY

UMA INICIATIVA
AN INIATIVE
Querença
PROJECTO

ALTO PATRÓNIO
PATRONAGE
GOVERNO DE PORTUGAL

PATROCINADOR PRINCIPAL
MAIN SPONSOR
Caixa Geral de Depósitos

APÓIO
SPONSORS
TIVOLI

PROGRAMA
PROGRAM

10H00 Abertura do Mercado
10H30 Workshop de chicharo
11H00 Workshop "Pintura para Crianças"
13H00 Encerramento do Mercado

PRODUTOS HORTÍCOLAS
ARTESANATO INOVADOR
GASTRONOMIA
ANIMAÇÃO CULTURAL
WORKSHOPS
CURSOS
ECOTURISMO
PATRIMÓNIO
EMOÇÕES

Querença
Mercado
de Querença
tradição & bom gosto

CHICHARO

JUNHO 24 JUNE

informações
INFORMATION
geral@projectoqueerencia.com | 00351 289 422 607 | facebook.com/projectoqueerencia
www.projectoqueerencia.com

HORÁRIO
TIME
10h - 13h | 16h - 19h

UMA INICIATIVA
AN INIATIVE
Querença
PROJECTO

ALTO PATRÓNIO
PATRONAGE
GOVERNO DE PORTUGAL

PATROCINADOR PRINCIPAL
MAIN SPONSOR
Caixa Geral de Depósitos

APÓIO
SPONSORS
HONDA



//WORKSHOP PINTURA EM TECIDO

SINÓPSE

Inspire-se na temática do Mercado de Querença, as flores, e aprenda a pintar tecidos como o linho. Cada participante será responsável por embelezar uma parcela de tecido, e poderá levar para casa o seu trabalho e aplicá-lo em quadro ou adaptando a peças decorativas interiores.

INSCRIÇÕES

marketing@projectoquerenca.com | 289 422 607

INÍCIO 10h30 FIM 12h00

PONTO DE ENCONTRO L.¹º Igreja Matriz - Querença

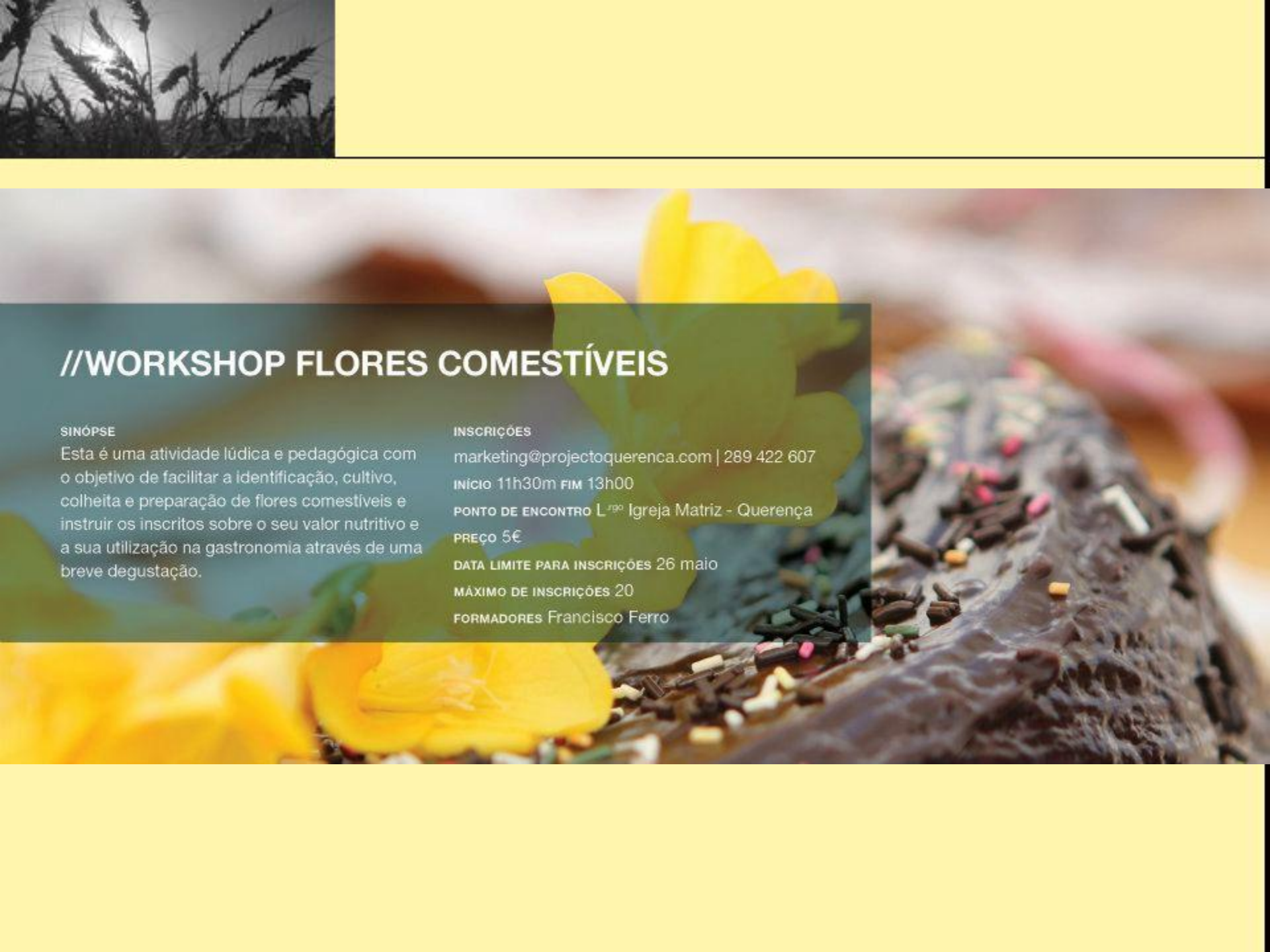
PREÇO 5€

MINIMO DE INSCRIÇÕES 5

MÁXIMO DE INSCRIÇÕES 10

DATA LIMITE PARA INSCRIÇÕES 26 maio

FORMADORES Maria de Deus Alho



//WORKSHOP FLORES COMESTÍVEIS

SINÓPSE

Esta é uma atividade lúdica e pedagógica com o objetivo de facilitar a identificação, cultivo, colheita e preparação de flores comestíveis e instruir os inscritos sobre o seu valor nutritivo e a sua utilização na gastronomia através de uma breve degustação.

INSCRIÇÕES

marketing@projectoquerenca.com | 289 422 607

INÍCIO 11h30m FIM 13h00

PONTO DE ENCONTRO L¹⁹⁰ Igreja Matriz - Querença

PREÇO 5€

DATA LIMITE PARA INSCRIÇÕES 26 maio

MÁXIMO DE INSCRIÇÕES 20

FORMADORES Francisco Ferro

//FLORA PROCURA-SE! EDUCAÇÃO AMBIENTAL

SINÓPSE

De árvore em árvore, de flor em flor, de erva em erva, com a ajuda de uma caderneta é pedido que se procurem árvores, flores e ervas de forma a completar a caderneta fornecida. Com esta atividade terão oportunidade de conhecer várias espécies e ter contacto direto com a natureza. A caderneta depois de completa com flores, ervas e folhas de árvores apanhadas no campo será entregue para levarem para casa.

INSCRIÇÕES

ecoturismo@projectoquerenca.com | 289 422 607

INÍCIO 11h00 FIM 12h00

PÚBLICO-ALVO crianças dos 5 aos 12 anos

PONTO DE ENCONTRO L.^{da} Igreja Matriz - Querença

PREÇO 3€

MÁXIMO DE INSCRIÇÕES 20

DATA LIMITE PARA INSCRIÇÕES 26 maio

FORMADORES Cátia Guerreiro e Joana Alho





“Querença project” is a case where we can found simultaneously:

- Social innovation
- Governnnance innovation
- Business innovation



6. Conclusions

- Sustainable entrepreneurship has a strong potential for the survival of rural areas.
- Most recent societal trends of society are favourable to the development of this sector.
- Still, rural areas have weaknesses and threats from its own status as periphery.
- Major challenges are to develop (endogenous) innovation capabilities and to integrate local economies in global economies.
- The development of effective local and global networks emerges as a central and facilitator issue in the process.



6. Conclusions (Cont.)

- It is important to develop a professional marketing approach together with sustainability concerns.
- The promotion of a successful strategy is dependent of **individuals'** (entrepreneurs') but also **collective** (represented by the government and other institutions concerned with the development of these territories) choices.



Thank you!

Anabela Dinis

Contact: adinis@ubi.pt