

# Relações de **Cooperação de Micro e Pequenas Empresas** (MPE) do **Turismo**: Um estudo em Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses (Brasil)

HELENA ARAÚJO COSTA \* [ helenacosta@unb.br ]

ELIMAR PINHEIRO DO NASCIMENTO \*\* [ elimarads@gmail.com ]

**Resumo** | O artigo tem como objetivo analisar as principais ações de cooperação das quais MPE do turismo participam e suas razões de ocorrência em três destinos turísticos brasileiros que compõem um roteiro integrado conhecido como Costa Norte. Na metodologia utilizou-se a combinação de duas etapas. A primeira é qualitativa, com 53 entrevistas semiestruturadas, enquanto a segunda é um *survey* com uso de questionários estruturados aplicados com 213 respondentes. As ações conjuntas mais recorrentes são a) a indicação de outras empresas locais e b) as parcerias no âmbito da Rota das Emoções, coincidentes nas três localidades. As razões mais frequentes para cooperar foram a melhoria dos serviços e a atração de mais turistas. Por outro lado, a diminuição dos custos empresariais e a realização pessoal foram as razões menos mencionadas. Conclui-se que as ações conjuntas têm possibilidades distintas de apropriação para cada setor. Além disso, há indícios de que o momento do ciclo de vida de cada destino e as razões que motivam as MPE do turismo a cooperarem guardem relação entre si.

**Palavras-chave** | Cooperação, Micro e Pequenas Empresas (MPE), Turismo, Costa Norte, Brasil.

**Abstract** | This paper aims to analyze the main cooperation actions and reasons for cooperating among micro and small tourism businesses situated on Costa Norte, coastal zone formed by municipalities of three north eastern Brazilian counties. The research methods were organized in two stages. The first represents a qualitative approach based on 53 semi-structured interviews. The second consists on a survey, based on structured questionnaires, which was undertaken with 213 micro and small tourism businesses. The results suggest that recommendation of local businesses and partnerships with the Rota das Emoções project are more frequent than any other cooperative actions. Moreover, the main reasons for cooperating are the improvement of services and increase of tourist attraction. On the other hand cost reduction and self fulfilment are the less important reasons. In conclusion, the research suggests the incorporation of some cooperative actions may be linked to the core business of each sector. At last, destination life cycle is apparently linked with reasons alleged for cooperation.

**Keywords** | Cooperation, Micro and Small Enterprises (SME), Tourism, North Coast, Brazil.

\* **Doutora em Desenvolvimento Sustentável** (CDS/UnB). **Professora** do Departamento de Administração da Universidade de Brasília (UnB) e **Investigadora** do Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade (LETS/CDS/UnB).

\*\* **Doutor em Sociologia** pela Universidade René Descartes (Paris/V), **Pós-doutor** em Sociologia pela École des Hautes Études en Sciences Sociales, **Director e Professor** do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília.

## 1. Apresentação

Este trabalho aborda relações sociais que envolvem micro e pequenas empresas no roteiro integrado formado pelas regiões de Jericoacoara (Ceará), Delta do Parnaíba (Piauí) e Lençóis Maranhenses (Maranhão), também conhecido como Costa Norte.

As relações sociais, constitutivas da sociedade, compreendem simultaneamente aspectos de cooperação e conflito, sendo neste artigo o enfoque dado sobre o primeiro deles.<sup>1</sup> O termo cooperação é compreendido de forma ampla, como interações no campo da convergência. Elas podem ser traduzidas como a existência de parcerias, que variam em nível de envolvimento e de estruturação, indo desde a indicação informal de outras empresas à participação em associações formalmente constituídas.

A atenção sobre a cooperação que envolve MPE aparece em estudos sobre relacionamento entre os produtores em diversos setores produtivos – tais como cerâmica, calçados, frutas, vestuário –, em que atribuem-se vantagens à cooperação entre pequenas empresas, como economias de escala e escopo, redução dos custos de transação, promoção de desenvolvimento local e crescimento econômico (Amato Neto, 2000; Costa, 1996; Wanhill, 2000).

A pergunta que se busca responder neste trabalho pode ser expressa como: quais são as principais ações de cooperação em que estão envolvidas as MPE do turismo da Costa Norte e quais as razões para sua ocorrência? Afinal, a elucidação das razões e ações das relações sociais estabelecidas por pequenas empresas – entre si e com outros atores sociais – é especialmente relevante para os formuladores das políticas públicas de desenvolvimento local e regional, no turismo ou em qualquer outro setor, tendo em vista que faz parte de suas pautas atuais o estímulo às atitudes cooperativas, à sinergia empresarial e ao ganho em escala.

A escolha da Costa Norte como local de estudo, justifica-se por uma série de fatores, entre eles: o contexto de pobreza, o dinamismo da atividade turística e a fragilidade ambiental, que a tornam especialmente fértil para análises de cunho socioambiental. Além disso, existe sobre essa região uma crescente atenção das políticas públicas, com destaque para intervenções vinculadas ao turismo e uma ação pioneira nacional de criação de um consórcio interestadual para o turismo dentro da perspectiva da roteirização (Figura 1).

<sup>1</sup> Esta investigação consiste em uma parcela de um projeto de pesquisa que analisa o binômio cooperação-conflito e verifica o papel de tais relações sobre a sustentabilidade dos destinos turísticos.

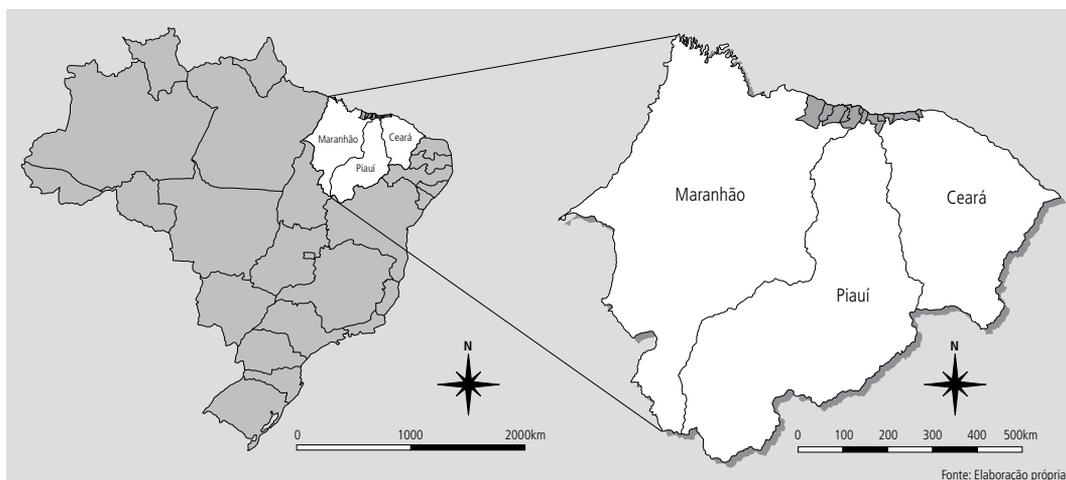


Figura 1 | Localização da Costa Norte.

Fonte: Elaboração própria.

A partir da pergunta de pesquisa, apresentam-se as três seções que compõem o referencial teórico. Uma esclarece as características das micro e pequenas empresas do turismo no Brasil; outra traz elementos de pesquisas sobre cooperação entre MPE do turismo e a última, discute teorias que ajudam a subsidiar a reflexão acerca de razões para cooperar. Em seguida, expõem-se a metodologia do estudo e seus resultados. Então, apresentam-se as considerações finais.

## 2. Micro e pequenas empresas no turismo no contexto brasileiro

Este trabalho enfoca as micro e pequenas (MPE) em função das características da região estudada. Além disso, empresas de pequeno porte, especialmente as micro, representam um papel fundamental no turismo não apenas por sua quantidade predominante quanto pelo contato direto com o turista, tornando-as responsáveis por grande parte da experiência turística ofertada pelo destino (Clarke, 2004).

Para o setor de serviços, no Brasil, conforme foi adotado para este trabalho, são entendidas como micro empresas aquela com até 9 pessoas ocupadas e como pequenas empresas aquelas que possuem entre 10 e 49 pessoas ocupadas (Sebrae, 2007).<sup>2</sup>

O quadro macroeconômico para o turismo no Brasil aponta que 352.224 empresas operam com atividade principal nos segmentos característicos do turismo com valor bruto de produção de R\$ 76 bilhões; o que representa 2,47% das pessoas ocupadas e 3,36% (R\$ 15,3 bilhões) do total das

remunerações no País (Ibge, 2007). Considerando o pessoal ocupado no setor, as empresas de pequeno porte, em 2003, foram responsáveis por 60,61% dos trabalhadores, gerando R\$ 5,5 bilhões em salários e outras remunerações, ou seja, 35,80% do total de remunerações do setor.

Nacionalmente, mesmo representando numericamente a minoria (2,8%), as empresas médias e grandes (20 ou mais pessoas) responderam por 73,70% do total estimado para a receita operacional líquida das atividades do turismo, apresentando uma estrutura ainda concentrada de produção nas grandes companhias e fragilidade por parte da grande massa de pequenas empresas.

## 3. Relações de cooperação entre MPE na literatura do turismo: uma breve visão

Empresas de turismo, como as de quaisquer outras atividades, desenvolvem relacionamentos diversos, entre eles os de cooperação. A cooperação, em uma primeira aproximação, pode ser entendida como o trabalho conjunto tendo em vista determinado fim (Jamal e Getz, 1995). No âmbito de pequenas empresas, a cooperação é vista antes como uma estratégia de sobrevivência, uma alternativa organizacional para empresas que desejam investir em sua permanência no mercado (Dotto e Wittmann, 2003). Na rede de MPE, a cooperação e a confiança aparecem como elementos capazes de gerar vantagens competitivas que podem ser compartilhadas (Bessant e Francis, 1999; Khanna *et al.*, 1998; Breda, 2006).

A cooperação é um meio de reduzir prejuízos da competição interna ao grupo. Como exemplo mencionado por Simmel (1969), tem-se os vendedores de livros de certa localidade que combinam o máximo desconto que pode ser dado ao consumidor, ou os comerciantes que entram em

<sup>2</sup> A Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, sancionada em dezembro de 2006, considera o faturamento como critério para classificação. Porém este trabalho emprega a definição parametrizada pelo número de pessoas ocupadas pois ela permite localizar com maior facilidade quais as empresas a serem pesquisadas com margem de erro muito pequena.

acordo sobre um horário de fechamento na busca de se isentarem de prejuízos pela concorrência desmedida.

O principal foco da argumentação que apoia a cooperação entre as MPE, inclusive no turismo, defende que os seus resultados são capazes de gerar ganhos para as empresas envolvidas. Os resultados, que se confundem com motivos para cooperar, são resumidos em três focos conforme a contribuição de Fyall e Garrod (2005): (1) produtos; (2) mercado; (3) recursos e riscos. Os produtos podem ser diversificados, com lançamento de novos itens, ou incrementados, com a incorporação de aspectos que adicionam mais valor. Os mercados podem ser ampliados ou protegidos por meio da criação de barreiras de entrada, da redução da competição e da melhoria de posicionamento. Por fim, quanto aos recursos e riscos, as razões podem ser entendidas como a redução do custo de criação de novos produtos, de produção e de inserção no mercado; agregação de recursos para investimento, e a diminuição de riscos e incertezas (Fyall e Garrod, 2005). Os autores oferecem alguns exemplos de ações conjuntas: formação de central de compras e de reservas; partilha de habilidades e treinamentos; união em associações e consórcios para angariar maior poder político.

Pode-se dizer que no turismo existem vantagens específicas advindas da cooperação entre empresas de pequeno porte por meio da aquisição de suprimentos, distribuição, ampliação e divulgação dos produtos turísticos locais (Selin e Chávez, 1995). Entre as vantagens, há o desenvolvimento de *marketing* cooperativo e coesão da imagem do destino, melhorias de comunicação e aumento das forças de *lobby*, ligações entre operadoras e agências de turismo; formação de pacotes de viagens; sistemas unificados de reservas; execução de pesquisas em parceria; estabelecimento conjunto de políticas de preços e divulgação; acordos sobre mão-de-obra e empregos; esquemas de treinamento comuns; canais de troca de informação; participação em associações (Tremblay, 1998; Leiper, 2003).

#### 4. Razões para cooperar: interfaces teóricas

Uma das perguntas essenciais que afloram quando se trata do componente da cooperação nas relações sociais é: por que cooperar? Essa pergunta pode ser respondida de diferentes maneiras, dependendo da linha teórica que o autor segue. Algumas luzes teóricas distintas podem auxiliar na compreensão das relações estabelecidas por MPE do turismo. Isso mostra que diversos aspectos podem estar no bojo da cooperação, por corolário, da cooperação empresarial em um ambiente como a Costa Norte, composto predominantemente por micro empresas, familiares e com componentes de relações pré-capitalistas (Costa, 2009).

Assim, além da visão estratégica empresarial, outros pontos intercomunicantes podem servir como motivadores e balizadores da cooperação tais como: aspectos normativo-legais; regras sociais; os laços historicamente construídos que ligam as pessoas entre si e a determinados locais, conformando posturas sociais e regras; características e valores pessoais (Costa, 2009). A fim de jogar luz sobre alguns desses aspectos, algumas teorias podem ser revisadas: dos Jogos, da Ação Coletiva, das Instituições, do Capital Social, da Dádiva.

A Teoria dos Jogos entende que a cooperação surge como uma saída para o conflito, em que as utilidades individuais são maximizadas, encontrando uma solução ótima para cada envolvido (Rapoport, 1998; Harsanyi, 1977). Entre os elementos mais interessantes que emergem com essa teoria estão a reciprocidade – e não necessariamente a confiança – e as interações repetidas como fundamentais para emergir a cooperação entre indivíduos (Axelrod, 1990).

A Teoria da Ação Coletiva de Olson (1999) explica a cooperação a partir dos benefícios apropriados pelos *free riders* e do tamanho dos grupos. Interessante pensar que as MPE formam um grupo grande, logo, com dificuldades e poucos recursos para pressionar outros a participarem por meio da seletividade dos benefícios. Essa teoria também considera a completa racionalidade dos

indivíduos no que diz respeito à maximização de seus interesses, entendidos como substratos das ações coletivas.

A Teoria das Instituições contribui para compreender regras e normas na regulação das relações sociais, complementares ao Estado e alternativas ao mercado, quando entendido no sentido restrito das células empresariais isoladas que interagem de modo antagônico em uma arena impessoal (Ostrom, 1990; North, 1990). Nesse contexto, a abordagem amplia a consideração de novas formas de governança, nas quais poderiam ser situadas as ações conjuntas entre MPE, que têm potencial de gerenciar bens coletivos. Esta abordagem, sobretudo, contribui ao incluir no espectro de análise não só uma perspectiva mais ampla do que interesses individuais, mas também interesses coletivos difusos.

De acordo com a abordagem da Teoria do Capital Social (Putnam, 2006; Pretty, 2003; Marteleto e Oliveira E Silva, 2004), relações de cooperação e confiança estão alinhadas com a preocupação com o desenvolvimento local (Abramovay, 2000). Dessa forma fica sugerido que a cooperação está ancorada na própria história e na identidade partilhada pelas pessoas do local.

Por fim, a Teoria da Dívida permite abranger elementos que vão além da teoria da escolha racional, alcançando outros componentes não-econômicos como parte das interações (Caillé, 1998, 2001). Na busca por compreender as motivações para cooperação entre micro e pequenas empresas e delas com outros entes, abre-se espaço para componentes como amizade, satisfação pessoal, entre outros, como motivadores da cooperação.

## 5. Metodologia

A primeira etapa do estudo foi composta por observação direta do local e entrevistas semiestruturadas em 11 dos 12 municípios

envolvidos com o roteiro integrado, além das capitais dos estados em questão. Para a seleção dos entrevistados, levou-se em consideração a representatividade nos grupos sociais em estudo (Duarte, 2002). A saturação foi empregada como critério para estipular a amostragem nesta primeira etapa (Fontanella *et al.*, 2008), sendo de 53 entrevistados.

Na segunda etapa, procedeu-se uma pesquisa quantitativa (*survey*) com MPE do turismo de Barreirinhas, Parnaíba e Jericoacoara. A aplicação dos questionários foi realizada de setembro a novembro de 2008 e teve como público-alvo os proprietários/sócios ou gerentes de estabelecimentos com atividade principal de hospedagem, alimentação, transporte turístico ou receptivos (passeios e guias). O universo era composto por 235 elementos dos quais 213 responderam ao questionário de modo válido, gerando um índice de resposta de 90,6%.

Para o tratamento dos dados, quatro tipos de testes estatísticos foram empregados: de associação, de comparação de médias; de correlação e de discriminação de variáveis. Todos assumiram o nível de confiabilidade de 95% e padrão de  $p$  abaixo de 0,05 (Barbetta, 1998; Malhotra, 2001; Norusis, 2002).

## 6. Ações de cooperação e razões: ótica das MPE do turismo na Costa Norte

No universo da Costa Norte, 97,7% afirmam realizar ao menos uma das ações de cooperação sugeridas (Quadro 1). Apenas 2,3% declaram nunca ter realizado qualquer uma delas. No entanto, quando consideradas as frequências com que as MPE se engajam nas ações conjuntas, o contexto da cooperação parece menos positivo. Afinal, das treze opções oferecidas ao respondente, a resposta mais comum foi *nunca* para a maioria expressiva das ações, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 | Frequência das ações conjuntas na Costa Norte (%)

Ações conjuntas	Sempre	Às vezes	Nunca	Total %
Compras conjuntas	2,8	3,3	93,9	100
Montagem de pacotes com outras empresas locais	20,7	15	64,3	100
Ações de cuidado com as unidades de conservação	29,3	16,5	54,2	100
Ações conjuntas de divulgação do destino	31,1	17,9	51	100
Ações conjuntas para educação/cultura da comunidade	9	12,7	78,3	100
Ações conjuntas para educação ambiental do turista	18,8	15,5	65,7	100
Organização de treinamentos em conjunto	8	4,7	87,3	100
Ações conjuntas para a segurança do turista	12,2	6,1	81,7	100
Obras conjuntas de infraestrutura	11,7	5,2	83,1	100
Manutenção conjunta de equipamentos	5,2	2,3	92,5	100
Indicação de outras empresas para o turista	88,7	7,5	3,8	100
Participação em conselhos municipais	21,8	10,2	68	100
Parcerias com outras empresas da Rota das Emoções	46,8	7,9	45,3	100

Fonte: Elaboração própria.

A indicação de outras empresas é a ação com maior frequência de participação. Por ser aquela que pede menos estruturação e formalização para ocorrer, 88,7% a fazem sempre. Essa pode ser uma ação negociada, permeada ou não pelo pagamento de comissionamentos, ou apenas uma iniciativa voluntária de uma das partes de complementar a experiência de seu próprio cliente. Embora seja a ação que menos exige estruturação, pode ser entendida como uma manifestação da coesão interna do destino, em que empresas são capazes de complementar a oferta e, simultaneamente, distribuir os ganhos ao longo da cadeia produtiva local ao invés de concentrá-los.

As ações que pedem instalação ou uso de estrutura comum nas atividades rotineiras da empresa, a exemplo da manutenção e compras conjuntas, são as menos disseminadas, provavelmente pela maior dificuldade de serem constituídas e mantidas, já que exigem investimentos partilhados e gestão coordenada. Ambas as questões são características da dificuldade de MPE participarem de ações conjuntas com outras, ao lado da dificuldade do empreendedor de se afastar de tarefas rotineiras de sua empresa para trabalhar nas atividades conjuntas (Dotto e Wittmann, 2003).

De acordo com uma visão comparativa entre as localidades, a incidência de MPE que participam

das ações conjuntas em cada localidade mostra os mesmos extremos — no ápice, a indicação de outras empresas e a parceria na Rota das Emoções; na base, compras conjuntas e manutenção dos equipamentos. Ao aprofundar a análise sobre as distinções entre os locais pesquisados, eles podem ser diferenciados quanto à participação em quatro ações conjuntas: em primeiro lugar, conselhos, seguida pela realização de treinamentos; pelas ações de cuidado com Parque/APA e, por fim, as parcerias na Rota das Emoções.<sup>3</sup>

Barreirinhas destaca-se em relação às demais localidades, em virtude da maior incidência de diversas ações. Esse destino turístico se diferencia, principalmente, pela participação das MPE do turismo em conselhos municipais e pela realização de treinamentos conjuntos. Como exemplo, a participação em conselhos municipais atinge 41% das MPE entrevistadas em Barreirinhas. Enquanto em Jericoacoara não passa de 15%, em Parnaíba é de 12%. As incidências levam a crer que haja uma cooperação mais sistemática em Barreirinhas do que nos outros destinos.

<sup>3</sup> Utilizou-se a técnica de Análise Discriminante com 198 respondentes válidos. Vale lembrar que ações que ocorrem com forte incidência e de maneira bastante uniforme entre os locais não auxiliam na diferenciação das localidades. As demais ações conjuntas não se prestaram a discriminar as cidades porque tiveram incidências muito tímidas em qualquer dos locais.

De modo agregado, a razão predominante para cooperar é melhorar o serviço ao turista, refletindo o posicionamento de aproximadamente 80% das MPE do turismo entrevistadas na Costa Norte. Em segundo lugar, 57% das MPE realizam ações conjuntas para atrair mais turistas (Figura 2).

Por outro lado, a razão menos mencionada para cooperar com outras empresas é a realização pessoal, cogitada por apenas 7,4% dos respondentes. As demais respostas não representam maioria agregada das empresas. Portanto, as duas únicas razões que contam com maioria das MPE referem-se ao turista, seja na qualidade do serviço oferecido, seja no aumento da demanda para o destino. É interessante observar que a atração de turistas figura como aspecto central na motivação para cooperar, podendo remeter ao aumento do faturamento empresarial que pode rebater no crescimento do lucro, embora a diminuição dos custos – também fundamental para o aumento do lucro – seja uma razão marginal, mencionada por somente 11,8% dos respondentes.

Os dados mostram que as razões mais citadas para a cooperação entre as MPE da Costa Norte foram predominantemente *instrumentais/operacionais* do ponto de vista da empresa; em parte revelam traços

*coletivos*, ao apresentar um quinto das respostas preocupadas com a localidade, o meio ambiente ou a comunidade.

Apesar de algumas semelhanças, as localidades também mostram diferenças<sup>1</sup> significativas nas motivações das MPE para cooperar. A partir da análise detalhada das razões para cooperar, os dados mostram Barreirinhas em uma posição diferenciada das demais localidades, afinal é onde mais aparecem a redução do custo e a atração de maior número de turistas como razões das MPE para cooperarem. Em *Barreirinhas*, por volta de um quarto das MPE alegaram essa primeira como uma das razões para participar de ações conjuntas. As outras localidades tiveram ocorrências bastante menores, em cerca de 5%. Quanto à cooperação motivada por atração de mais turistas, das MPE de Barreirinhas 71,7% alegam essa entre as razões. Parnaíba vem em segundo lugar, com 60% das MPE cooperando para atrair mais turistas. Jericoacoara aparece como o local onde tal razão é menos importante, quando comparada às demais localidades.

Quando analisadas as respostas que indicam *outra* razão para cooperar<sup>5</sup>, as linhas argumentativas identificadas a partir da análise do conjunto das respostas foram:

- (1) *razões coletivas/corporativas* – referentes à cidade ou ao setor organizado;
- (2) *razões empresariais* – que dizem respeito aos interesses individuais da MPE;

<sup>4</sup> Empregada a técnica de Análise Discriminante com 203 respondentes válidos.

<sup>5</sup> Opção aberta do questionário alternativa às demais opções.

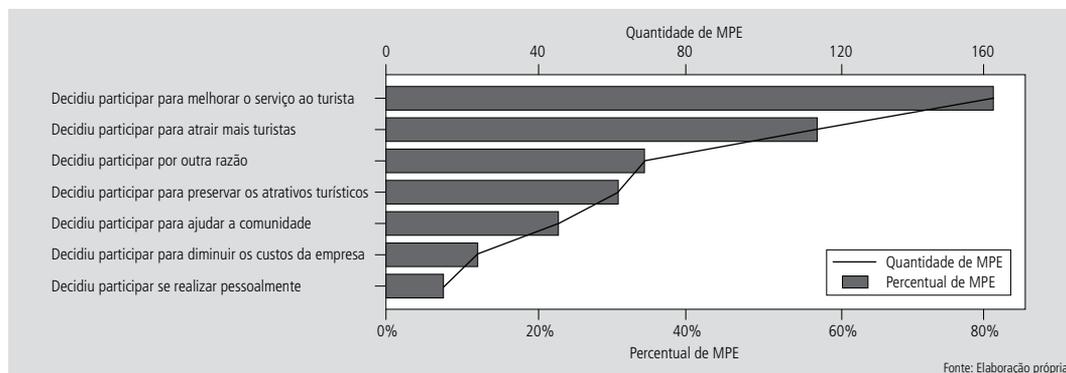


Figura 2 | Razões para cooperar na Costa Norte.

(3) *razões pessoais* – que se referem a confiança, reciprocidade, realização ou satisfação pessoal como motivos para cooperar.

De modo geral, entre as *outras* razões para cooperar apresentadas pelas MPE na Costa Norte aparecem, predominantemente, *razões empresariais* como melhoria do produto ou serviço, sobrevivência ou crescimento, facilidade em realizar algumas funções como compras e treinamentos. No entanto, surgem *razões coletivas/corporativas* referentes a fortalecer o setor do turismo na localidade e valorizar o nativo. Mesmo que de modo sutil, emergem *razões pessoais* como conhecer as pessoas e reconhecer a qualidade do serviço ofertado pelo parceiro, que podem ser traduzidas como o valor da reputação.

## 7. Conclusões

O contexto mostra que as ações conjuntas entre as MPE da Costa Norte ainda são pouco frequentes e pouco diversificadas, a despeito dos investimentos feitos com tal propósito no contexto da roteirização integrada. As ações que ocorrem com constância tendem a ser pouco elaboradas, se considerada verdadeira a existência de uma hierarquia entre elas. A cooperação, portanto, é um comportamento pouco desenvolvido, ainda muito simples, sem maior sofisticação. Poder-se-ia afirmar que ela está em seus primórdios ou em uma fase inicial.

Para além do âmbito local, e com possibilidades de absorção para outras realidades, sugere-se que as ações conjuntas têm possibilidades distintas de apropriação para cada setor. A manutenção poderia ter um leque de aplicação melhor às empresas de transporte e passeios, em virtude do alto custo de manutenção de toyotas, bugues e caminhonetes, mas também aos hotéis, cujos equipamentos (geladeiras, ar-condicionado, etc.) necessitam manutenção constante. As compras conjuntas aparentemente se aplicariam bem a

hotéis e restaurantes, a depender do que compram, podendo variar de uma simples divisão de tarefas e gastos com combustível nas idas às capitais para realizar compras, especialmente em Jericoacoara e Barreirinhas, chegando a um modelo complexo de central de compras. Apesar de consideradas ações próprias, e quase básicas, da cooperação entre pequenas empresas a partir da literatura das aglomerações e dos distritos industriais, elas não encontram reflexo na Costa Norte. Isso ocorre talvez porque requerem uma prática de cooperação mais sistemática e disciplinada, o que Holanda (1995) aponta como uma dificuldade própria da cultura brasileira.

Na Costa Norte, as razões mais recorrentes para cooperar foram a melhoria dos serviços aos turistas e a atração de mais turistas. Isso indica questões predominantemente instrumentais para cooperar, do ponto de vista da empresa. A diminuição dos custos empresariais, ao lado da realização pessoal, foram as razões menos presentes. Alguns ressaltaram traços de reciprocidade, presentes na interpretação das relações pela ótica da Teoria dos Jogos. Pouquíssimos foram os que destacaram razões de cunho pessoal, de amizade, de confiança e de solidariedade, como seria esperado pela perspectiva da Teoria do Capital Social e da Dívida. As empresas estudadas não fugiram do padrão racional-econômico na exposição das razões para cooperar.

Aventa-se a posição no ciclo de vida de cada destino como um possível fator que influencia as razões que motivam as MPE do turismo a cooperarem: Barreirinhas articula-se em nome de atrair mais pessoas por ser um destino em crescimento; Parnaíba o faz com menos intensidade por ser um destino iniciante e pouco sedimentado para o estilo de turismo que o roteiro integrado propõe, e Jericoacoara já não apresenta tal prioridade por ser um destino consolidado e com maior demanda. Algumas razões observadas no destino em crescimento, no caso entendido como Barreirinhas, são a demanda crescente a olhos vistos e a sensação de que há possibilidade de ampliação,

desde que haja articulação para melhoria do destino. Caso contrário, pode haver potencial instalado ocioso e risco de estagnação. Já no destino iniciante, a baixa demanda, o acúmulo de incertezas e a falta de crença no efetivo crescimento da atividade turística local em um novo segmento, mais rentável e especializado são evidenciados.

O estudo apresenta limitações no que diz respeito às opções oferecidas de respostas para explicar a razão para cooperar, próprias de um instrumento de coleta de dados altamente estruturado. Seria interessante para estudos futuros que fossem complementadas por meio de entrevistas abertas em profundidade. Dessa forma, poderiam ser adentradas com maior propriedade novas questões subjetivas no universo da cooperação das MPE, a exemplo de aspectos como gênero, religiosidade, relações familiares, etc.

Em resumo, as conclusões inferidas a partir dos locais estudados que têm possibilidade de generalização e, para isso, pedem verificação em outras realidades são três: a diferença na apropriação de determinadas ações por certos setores da cadeia produtiva do turismo; a noção de hierarquização entre as possíveis ações de cooperação e, finalmente, a relação entre ciclo de vida do destino turístico e cooperação empresarial lá encontrada. Portanto, o trabalho inaugura um caminho frutífero para a consideração da relação entre momento do ciclo em que se encontra o destino turístico, as relações sociais e as contribuições para a sustentabilidade do local, tema a ser explorado como continuidade deste mesmo projeto.

## Referências

- Abramovay, R., 2000, O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural, *Economia Aplicada*, Vol.IV(2), pp. 379-397.
- Amato Neto, J., 2000, *Redes de Cooperação Produtiva e Clusters Regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas*, São Paulo, Atlas.
- Axelrod, R., 1990, *The Evolution of Cooperation*, Penguin Books, New York.
- Barbetta, P.A., 1998, *Estatística aplicada às Ciências Sociais*, Florianópolis, UFSC.
- Bessant, J., Francis, D., 1999, Using Learning Networks to Help Manufacturing Competitiveness, *Technovation*, 19373-381.
- Breda, Z., Costa, R.; Costa, C., 2006, Do Clusters and Networks Make Small Places Beautiful? in Lazzereti, L.P., Clara (Ed.) *Tourism Local Systems and Networking*, Oxford.
- Caillé, A., 1998, Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva, *Revista Brasileira de Ciências Sociais [online]*, Vol.13(38).
- Caillé, A., 2001, O princípio de razão, o utilitarismo e o antiutilitarismo, *Sociedade e Estado*, Vol.16(1-2).
- Clarke, J., 2004, Trade Associations: An Appropriate Channel for Developing Sustainable Practice in SMEs?, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.12(3).
- Costa, C.M.M., 1996, *Towards the improvement of the efficiency of tourism planning and development at the regional level: planning, organisations and networks. The case of Portugal*, PhD thesis, University of Surrey, Surrey, UK.
- Costa, H.A., 2009, *Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos: cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses*, Doutorado, Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 296p.
- Dotto, D.M.R., Wittmann, M.L., 2003, As Redes de Pequenas e Médias Empresas do Vale do Rio Pardo e Taquari do Rio Grande do Sul, Brasil: uma análise de estratégias de cooperação empresarial e desenvolvimento regional, *VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, pp. 28-31.
- Duarte, R., 2002, Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo, *Cadernos de Pesquisa [online]*, 115139-154.
- Fontanella, B.J.B., Ricas, J., Turato, E.R., 2008, Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas, *Cad. Saúde Pública*, Vol.24(1).
- Fyall, A., Garrod, B., 2005, From competition to collaboration in the tourism industry, in Theobald, W.F., (Ed.) *Global Tourism*, 3rd ed., Butterworth Heinemann, Oxford.
- Harsanyi, J., 1977, *Rational behaviour and bargaining equilibrium in games and social situations*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Holanda, S.B.D., 1995, *Raízes do Brasil*, Cia das Letras, São Paulo.
- Ibge, 2007, *Economia do Turismo: análise das atividades características do turismo 2003*, Rio de Janeiro.
- Jamal, T.B., Getz, D., 1995, Collaboration Theory and Community Tourism Planning, *Annals of Tourism Research*, Vol.22(1), pp. 186-204.
- Khanna, T., Gulati, R., Nohria, N., 1998, The Dynamics of Learning Alliances: competition, cooperation and relative scope, *Strategic Management Journal*, 19193-210.
- Leiper, N., 2003, *Tourism Management*, Pearson Sprint Print, London.
- Malhotra, N.K., 2001, *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*, Bookman, Porto Alegre.
- Marteletto, R.M., Oliveira e Silva, A.B.D., 2004, Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local, *Ci. Inf.*, Vol.33(3), pp. 41-49.
- North, D.C., 1990, *Institutions, institutional change and economic performance*, Cambridge University Press, Cambridge.

- Norusis, M., 2002, *SPSS 11.0 Guide to Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.
- Olson, M., 1999, *A Lógica da Ação Coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais*, EDUSP, São Paulo.
- Ostrom, E., 1990, *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Pretty, J., 2003, Social Capital and the Collective Management of Resources, *Science*, 302.
- Putnam, R.D., 2006, *Comunidade e Democracia: experiência da Itália moderna*, Rio de Janeiro, FGV.
- Rapoport, A., 1998, *Lutas, Jogos e Debates*, Brasília, UnB.
- Sebrae, 2007, *Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil 2003-2005*, Brasília.
- Selin, S., Chávez, D., 1995, Developing an Evolutionary Tourism Partnership Model, *Annals of Tourism Research*, 22844-856.
- Simmel, G., 1969, *Conflict & the web of group-affiliations*, Free Press, New York.
- Tremblay, P., 1998, The Economic Organization of Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 25(4), pp. 837-859.
- Wanhill, S., 2000, Small and Medium Tourism Enterprises, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27(1), pp. 132-147.