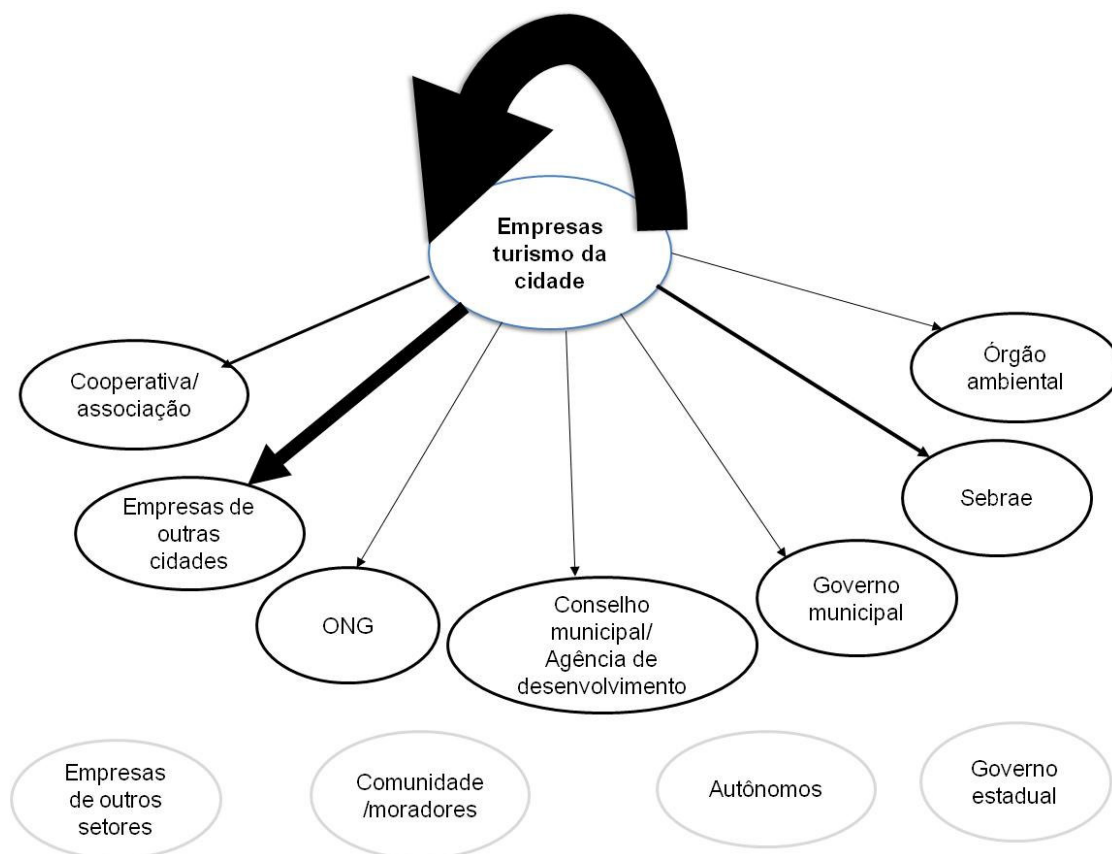


das relações estabelecidas no roteiro, não como uma força centrífuga que lança a MPE para fora das redes de parcerias.

No intuito de conhecer com quem se dão as parcerias, é possível interpretar a rede das MPE da Costa Norte de acordo com as **categorias** de atores sociais considerados parceiros<sup>93</sup>, o que dá origem à Figura 13.



**Figura 13 – Rede de parceiros das MPE do turismo por categorias**

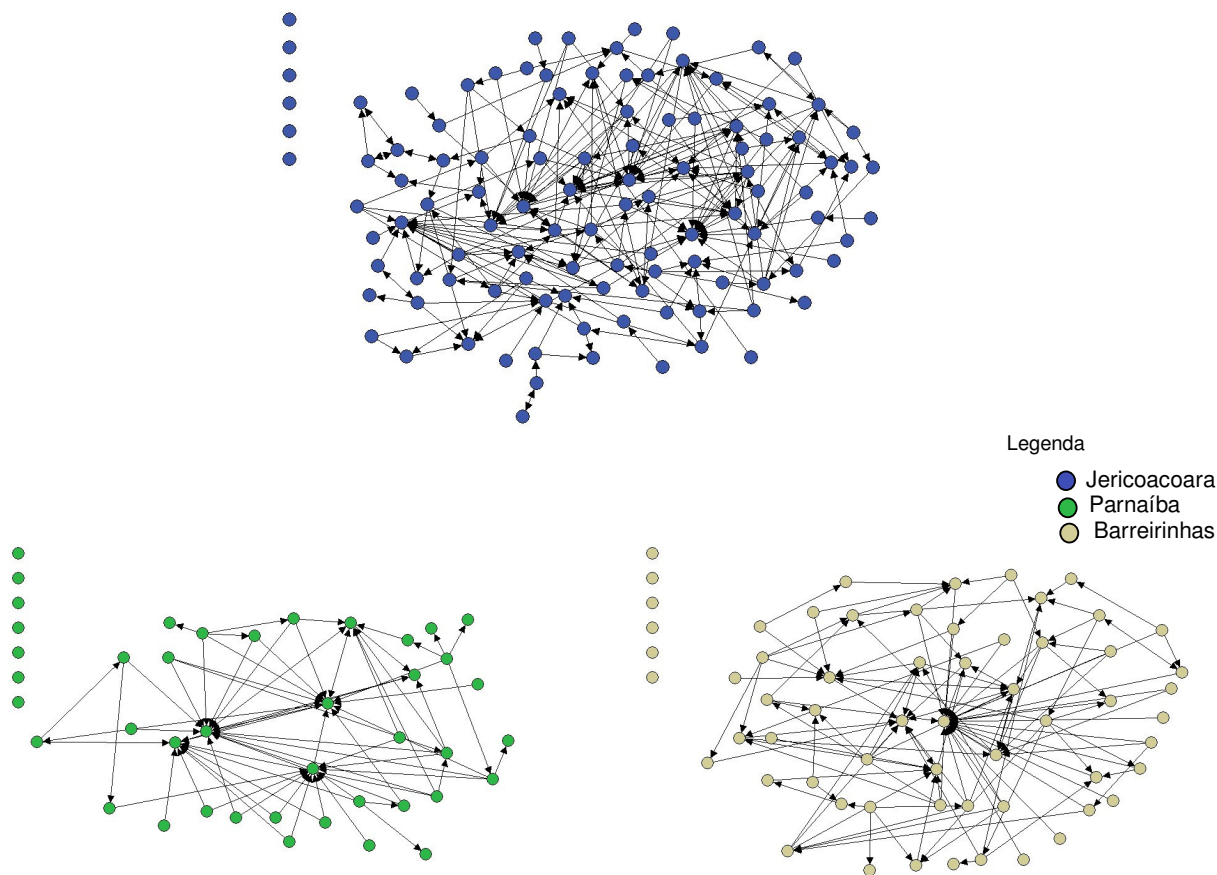
Fonte: pesquisa da autora

As parcerias são significativamente mais expressivas entre as empresas de turismo da localidade, seguidas por relações com empresas de turismo de outras cidades. Isso evidencia a essência da conformação do roteiro integrado, que busca construir uma coesão interna do destino para que este, então, de forma mais organizada possa estabelecer relações com empresas de outras localidades (como com compradores ou fornecedores). Entretanto, com essa análise não é possível esclarecer em que medida essas parcerias estão estabelecidas entre empresas ao longo do roteiro integrado, o que poderá ser respondido com a análise das redes locais e como se integram umas com as outras.

<sup>93</sup> Considera a rede com 317 atores mencionados. As setas são representadas de acordo com o número de nomeações emitidas pelos respondentes com escala 1 para 1 com referência ao número de vezes que determinado ator social foi citado.

As categorias representadas pelas células isoladas não foram consideradas parceiras por nenhuma das MPE: governo estadual; comunidade; autônomos e empresas de outros setores que não turismo. Ainda que não citadas como parceiras, são mantidas na figura para oferecer melhor base de comparação com o mapeamento dos principais conflitos.

Passando para a comparação das redes de parcerias de **cada localidade**<sup>94</sup>, é possível entrever como elas estão distribuídas, a partir da concentração de setas relativas a determinadas MPE (Figura 14). Tais redes levam em consideração o padrão de parcerias de cada localidade. Os indivíduos isolados são aqueles que não receberam ou emitiram quaisquer nomeações de parceiros dentro de sua localidade.



**Figura 14 – Redes de parceiros das MPE do turismo em Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas**

Fonte: pesquisa da autora

Detalhando o mapeamento das redes de parceiros *dentro de cada localidade*, a fim de comparar a estruturação de tais redes, a Tabela 15 resume as médias de citações.

<sup>94</sup> Leva em consideração os 213 respondentes, sendo 110 em Jericoacoara, 42 em Parnaíba e 61 em Barreirinhas.

Tabela 15 – Densidade e média de citações das MPE dentro de cada destino turístico

<b>Rede dentro das cidades</b>	<b>Jericoacoara</b>	<b>Barreirinhas</b>	<b>Parnaíba</b>
<b>Densidade</b>	0,02	0,03	0,04
<b>Citações recebidas</b>	2,2	2	1,7
<b>Citações emitidas</b>	2,2	2	1,7

Fonte: pesquisa da autora

A densidade das redes de parcerias em cada localidade aparenta ser maior em Parnaíba e menor em Jericoacoara, deixando Barreirinhas em uma posição intermediária. Deve ser levado em conta, porém, que a possibilidade de relações é bastante superior na primeira localidade, em virtude do maior número de indivíduos, fazendo com que a densidade seja bastante menor. Uma pergunta que naturalmente surgiria a partir das imagens anteriores é: se há mais citações em Jericoacoara, como ela tem menor densidade?

A consulta à Figura 14 indica um maior número de relações em Jericoacoara, o que poderia ser esperado por haver lá o maior número de empresas. Isso, no entanto, não diz respeito diretamente à densidade – que é uma proporção entre a quantidade de relações mencionadas e o número de relações possíveis. Ou seja, por ser Jericoacoara um destino com mais MPE do turismo, isso eleva exponencialmente o número de relações que se poderia ter. Mas isso não se concretiza, resultando em uma densidade menor que nos demais destinos. Vale enfatizar o fato que o número de citações aumenta com o tamanho da rede, afinal há mais opções de parcerias, mas a densidade diminui porque existe uma limitação no número de parcerias ativas que uma empresa pode ter ou desejou mencionar na entrevista.

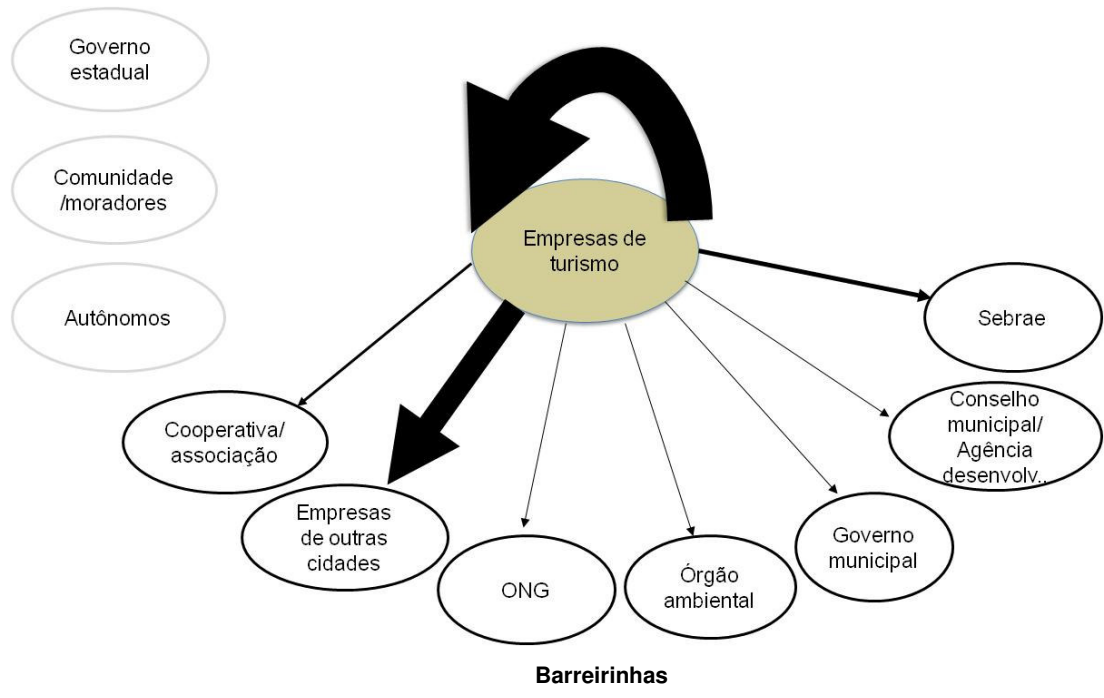
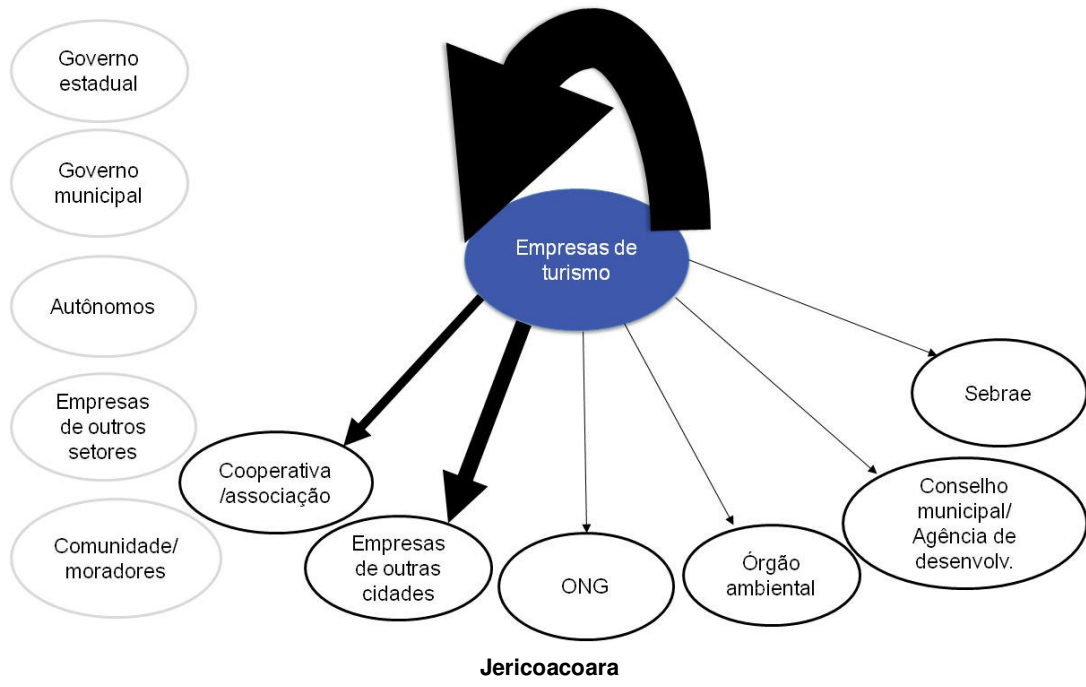
Em virtude das redes terem tamanhos tão distintos, a comparação de suas densidades não leva a conclusões precisas. Mais interessante é focar nas nomeações emitidas e recebidas internamente em cada destino, por ser esta uma medida autônoma e que permite comparações mais seguras. Em média, os respondentes citaram e foram citados por volta de duas vezes. Sobretudo, a comparação<sup>95</sup> das redes das *relações de parceria internas* de cada destino mostra não haver diferenças entre as quantidades médias de nomeações recebidas ou emitidas entre as três localidades.

Quando analisadas as relações de parceria<sup>96</sup> das MPE entre as diferentes *categorias de atores*, os principais parceiros das MPE nas três localidades se repetem: empresas locais de turismo em primeiro lugar, seguidas por empresas de outras localidades<sup>97</sup> (Figura 15).

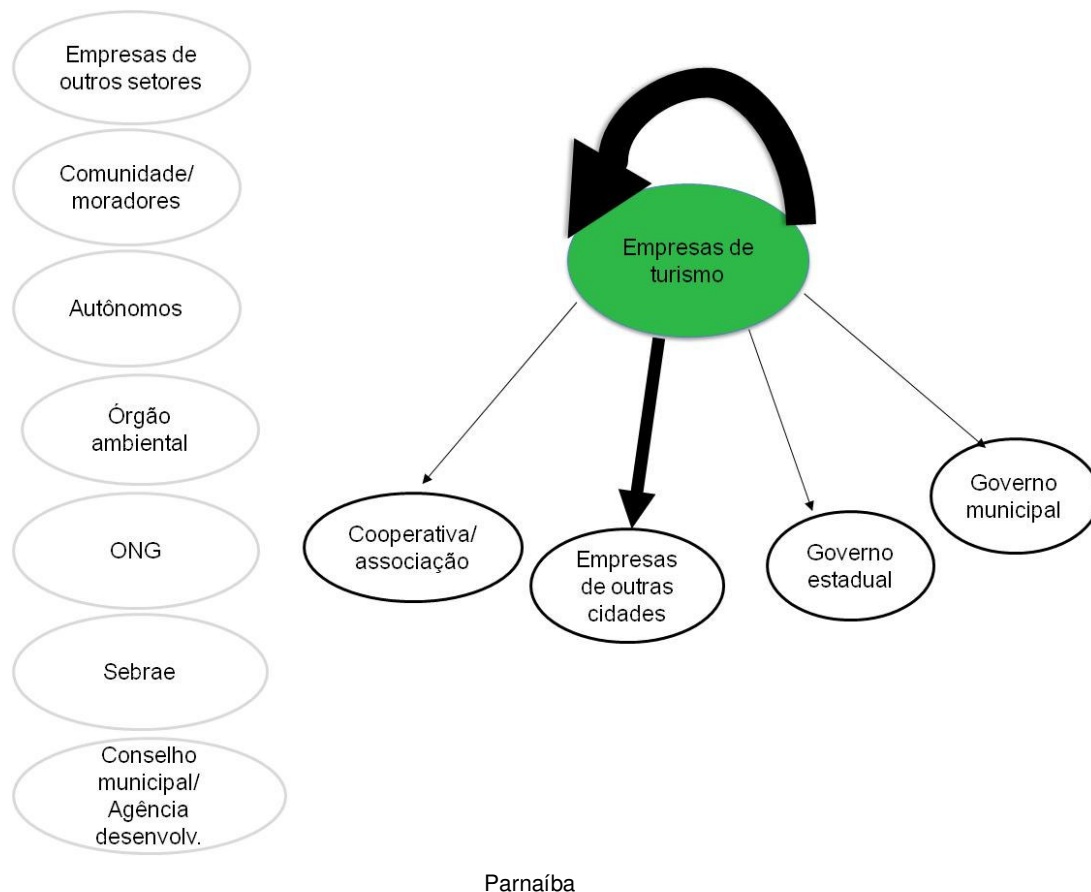
<sup>95</sup> Calculadas por meio de ANOVA para comparação de médias entre 3 amostras independentes. Significante ao nível máximo de 0,05. Cálculos no Apêndice H.

<sup>96</sup> Considera os 317 atores mencionados como parceiros.

<sup>97</sup> Setas com escala 1 para 1.



(continua)



Parnaíba

**Figura 15 – Distribuição das parcerias por categoria e por destino**

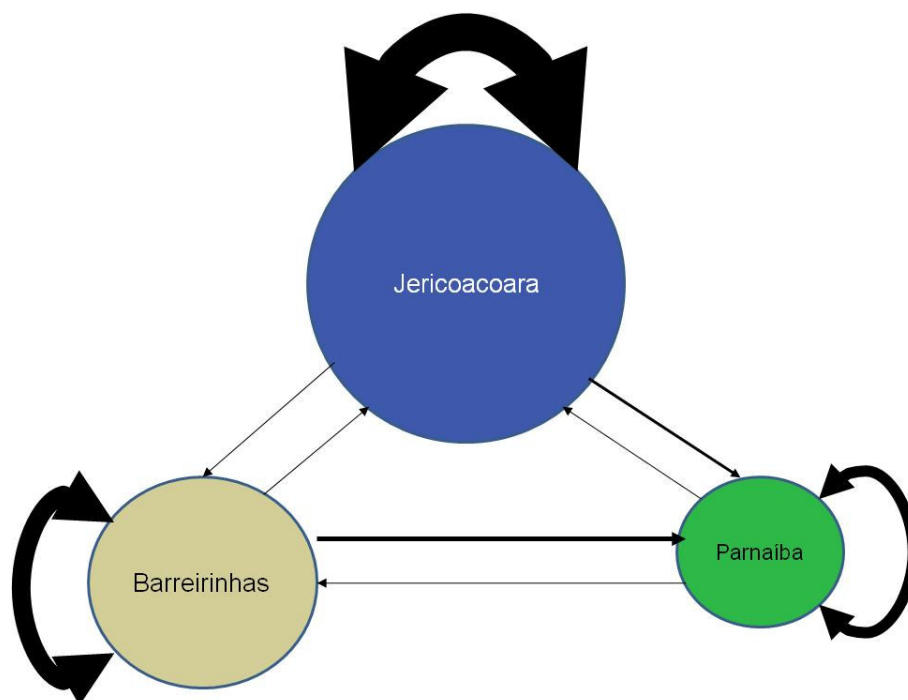
Fonte: pesquisa da autora

Em **Jericoacoara**, nenhuma instância de governo (municipal ou estadual) foi considerada como parceira das MPE. Por outro lado, ainda que de modo tímido, em Parnaíba ambos foram citados. Em **Parnaíba** existe menor número de citações e de categorias de atores mencionados. Em Jericoacoara ocorre o maior número de citações, apesar de as parcerias estarem concentradas entre as empresas de turismo locais, seguidas por empresas de outras cidades e, em terceiro lugar, cooperativas ou associações.

Em contrapartida, **Barreirinhas** demonstra mais categorias de atores consideradas como parceiros, dando conotação de envolvimento mais amplo das MPE do turismo com outros atores. Em terceiro lugar no *ranking* das citações de parceiros, surge o Sebrae como parceiro, denotando mais força na parceria com os entrevistados que nas demais localidades. Portanto, mesmo que o número médio de citações seja idêntico aos outros destinos, Barreirinhas apresenta uma variedade maior de atores envolvidos como parceiros das MPE do turismo.

A incidência de parcerias estabelecidas com empresas de outras cidades torna interessante investigar as relações *entre os destinos investigados* a partir das nomações

de parceiros, como ilustra a Figura 16 com o uso de setas proporcionais aos valores absolutos de citações.<sup>98</sup>



**Figura 16 – Redes de parceiros das MPE do turismo entre os destinos turísticos**  
Fonte: pesquisa da autora

Os números absolutos de citações indicam que as três localidades apresentam mais parcerias internamente do que com os outros destinos do roteiro, e que a ligação entre as cidades não é simétrica. Há mais ligações de parceria das duas extremidades do roteiro com Parnaíba, que ocupa posição geograficamente intermediária, e menos ligações entre as cidades das pontas do roteiro. A figura mostra que há mais citações de Barreirinhas para Parnaíba, seguidas por citações de Jericoacoara para Parnaíba, esboçando que entre esses pares de cidades existe mais aproximação e não concorrência direta.

As diferenças significativas<sup>99</sup> entre as médias mostram que as MPE de **Parnaíba** recebem maior quantidade média de nomeações como parceiras, enquanto as MPE de **Barreirinhas** são as que, em média, mais citam parceiras em outras cidades (Tabela 16).

<sup>98</sup> Escala de 1 para 10 no número de citações.

<sup>99</sup> Calculadas por meio de ANOVA para comparação de médias entre 3 amostras independentes. Significante ao nível máximo de 0,05. Ver Apêndice H.

Tabela 16 – Média de citações das MPE entre Jericoacoara, Barreirinhas e Parnaíba

Rede entre as cidades	Jericoacoara	Barreirinhas	Parnaíba
Citações recebidas	0,1	0,2	1,2
Citações emitidas	0,2	0,6	0,3

Fonte: pesquisa da autora

As MPE de **Jericoacoara** aparecem como as que recebem menor média de citações e que menos emitem citações sobre parceiros em outras localidades. Isso leva a crer que Jericoacoara consiste em uma rede de parcerias mais isolada do roteiro que as outras. Uma das razões cogitadas para isso é o reconhecido papel como principal indutor de demanda do roteiro, que faz com que o destino não necessite tanto dos outros porque se basta em si mesmo.

Para interpretar a realidade de mais citações direcionadas a MPE sediadas em Parnaíba, faz-se necessário lembrar a composição marcadamente heterogênea dessa distribuição, concentrada predominantemente em duas empresas. Isso revela que Parnaíba tem poucos pontos de conexão com os outros destinos, levando sua inserção a depender de poucos nós. É que essa ligação se faz com as pontas do roteiro, tornando a cidade bastante dependente do fluxo gerado a partir das outras localidades, reforçando a relevância de Parnaíba articular-se no roteiro para aumentar sua demanda e incrementar seu posicionamento no mercado do turismo de lazer e aventura.

Quando levadas em consideração as distribuições de todas as relações internas ao destino e entre eles, Parnaíba revela-se como a mais heterogênea, e Jericoacoara, como a mais homogênea. A maneira como a homogeneidade aparece sugere que ela está ligada à fase do ciclo de vida do destino. Um indicativo aqui contido seria de que o destino mais consolidado tem relações de parceria mais difusas, talvez por ter maior maturidade e acomodação de espaços entre as diversas empresas que compõem seus pequenos grupos de parceiros. Pode indicar ainda a menor necessidade de grandes esforços para que seja um destino comercializado mais amplamente. Por outro lado, destinos menos consolidados baseiam as suas parcerias em poucas MPE, especialmente agências de receptivo antigas no destino, possivelmente para reunir esforços de comercialização e para que se possa atingir mercados mais distantes.

De modo detalhado, em **Jericoacoara** as relações de parceria estão menos concentradas em poucas MPE que nas demais localidades, com maioria das MPE recebendo poucas indicações e citando poucos parceiros. Isso gera menos concentração de relações. Ainda assim, três MPE em Jericoacoara podem ser identificadas com lugar de

centralidade: uma pousada (13 citações)<sup>100</sup>; um hotel (15 citações) e um restaurante (15 citações). Chama atenção também o fato de nenhuma agência de receptivo em Jericoacoara ter obtido uma das posições de centralidade na rede, como seria esperado a partir de referências da literatura. Um dos indícios que essa característica esboça é a prática do destino em não oferecer um produto turístico articulado internamente, mas sim de atuar independentemente das empresas em vender sua oferta de modo isolado para operadoras externas, que terminam por montar os pacotes para a localidade.

Por outro lado, em **Barreirinhas** e **Parnaíba** as nomeações recebidas como parceiros estão bastante concentradas. Na primeira cidade, *uma* empresa local de receptivo turístico obteve o maior número de nomeações como parceira de toda a Costa Norte (27 citações), sendo que a segunda mais citada obteve 10 nomeações.

Analogamente, a heterogeneidade aparece em Parnaíba, onde grande parte das nomeações de parceiros está concentrada em duas agências de receptivo com 26 citações cada. Junto a elas aparecem mais três MPE com papel de centralidade na rede de parceiros da Costa Norte: duas empresas de hospedagem & alimentação (15 citações cada) e outra agência de receptivo (11 citações).

Fica patente que todas as localidades demonstram mais parcerias internamente ao destino do que externamente. As redes locais, porém, apresentam distinções em configurações de centralidade dos atores e homogeneidade das relações.

Se **Parnaíba** chama atenção por ter a rede de parcerias menos diversificada nas diferentes categorias de atores que abrange e mais heterogênea na nomeação de parceiros, **Barreirinhas** demonstra uma rede diversificada em seus atores, ainda que bastante heterogênea na nomeação de alguns. Por fim, **Jericoacoara** é bastante diversificada e mais homogênea nas distribuições dos laços de parcerias das MPE do turismo. Quais as possíveis explicações e implicações de tais características para as relações sociais dos destinos?

**Jericoacoara**, possivelmente por ser o destino mais consolidado do turismo e onde a atividade turística apresenta mais relevância econômica, apresenta uma rede de parceiros variada, ainda que com a exclusão de instâncias de governo estadual ou municipal. A história de fracassos de iniciativas de cooperação mais estruturadas no destino parece refletir na homogeneidade das relações, menos concentradas ao redor de associações ou de poucos atores que nos outros destinos. Em razão da maior amplitude de atores envolvidos com o turismo, as possibilidades de conexão são maiores, potencializando relações mais “espalhadas” entre as empresas locais do que concentradas em poucas MPE.

---

<sup>100</sup> O proprietário dessa pousada atualmente (julho 2009) é o presidente da associação empresarial considerada mais ativa na cidade.



Esse dado leva a crer que existam em Jericoacoara várias pequenas células de parcerias, mas não a consolidação de grupos maiores ou mais substanciosos.

**Parnaíba** consiste em um local com menor importância em relação à atividade turística, bem como uma rede com menos empresas, o que tende a favorecer uma menor diversidade de atores envolvidos com as parcerias das MPE do setor. Sua centralidade geográfica da composição do roteiro mostra favorecer relações com ambas as pontas da Rota. As relações citadas de parceria – internas e externas – têm sido prioritariamente estabelecidas com cinco empresas.

A alta concentração de conexões em um pequeno número de parceiros insinua que esses poucos podem ser bastante influentes nas decisões que incluem o destino, e possivelmente exercer papel de liderança. Por outro lado, redes com “hubs” tendem a favorecer baixa coesão interna (WATTS e STROGATZ, 1998) e expõem a localidade à fragilidade de depender excessivamente de poucas MPE para se consolidar como uma rede de parcerias no turismo, potencializando uma grande concentração de poder e reduzida abertura para absorver as demais MPE.

**Barreirinhas** apresenta a rede com maior variedade de atores citados como parceiros, passando a incluir entidades de apoio, a exemplo da maior força atribuída ao Sebrae; o aparecimento do órgão ambiental e do conselho municipal como parceiros das MPE, sugerindo a maior e crescente importância das alianças no turismo para a localidade. Ademais, uma rede com atores de diferentes naturezas é considerada uma característica positiva para redes de cooperação, como ilustra a literatura acerca de aglomerações, por tornar mais complexos os processos de negociação e criação de regras, favorecendo interações entre disputas e ações conjuntas. Ademais, sugere ser a rede mais conectada externamente com outras empresas do roteiro sediadas em Parnaíba.

Apesar disso, e com aparente contradição, entre os entrevistados de Barreirinhas existe uma grande concentração das nomeações como parceiro sobre uma dada empresa em vez de várias. Tal constatação sugere que conexões locais e regionais das MPE estão fortemente vinculadas a apenas uma MPE, o que expõe o destino a um mais alto risco de desintegração da rede local, e compromete a densidade interna. Essa empresa não parece conduzir processos de integração local e não declara participar de quaisquer conflitos. Não ficam claras as razões que a fazem obter o mais alto número de indicações como parceira no roteiro.

### **2.1.3. Razões para cooperar**

Após serem questionadas a respeito das ações conjuntas que realizam com outras empresas de turismo locais e quem são os parceiros, as MPE foram solicitadas a explicar as

razões que as levaram a participar de tais ações. Foram aceitas múltiplas respostas<sup>101</sup> dentre as sete opções<sup>102</sup> oferecidas, a saber:

- para diminuir os custos da empresa — enfocando aspectos econômicos operacionais da empresa;
- para atrair mais turistas — abordando aspectos da demanda para o negócio e o destino, com impactos relevantes para a sustentabilidade do destino;
- para ajudar a comunidade — refletindo questões sociais inerentes à sustentabilidade e de responsabilidade das empresas;
- para melhorar o serviço ao turista — abordando aspectos de qualidade do serviço/produto encontrado no destino;
- para preservar os atrativos do parque — abordando questões ambientais e atributos importantes para a atividade turística nas localidades, tangenciando outra dimensão inerente à sustentabilidade e da responsabilidade que a MPE toma para si;
- para me realizar pessoalmente — abordando motivações alternativas àquelas econômico-rationais para explicar o engajamento em ações conjuntas;
- outras — opção aberta para a contribuição do respondente que foi organizada a partir de quatro linhas de argumentação identificadas nas falas.

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. 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 como mostra o Gráfico 24.

---

<sup>101</sup> Todas as questões de múltipla escolha do trabalho ofereceram ao respondente a possibilidade de apontar quantas respostas fossem convenientes para ele, não limitando o número mínimo ou máximo. Nesse caso foram totalizadas 495 respostas.

<sup>102</sup> Tais como apresentadas aos respondentes no questionário.

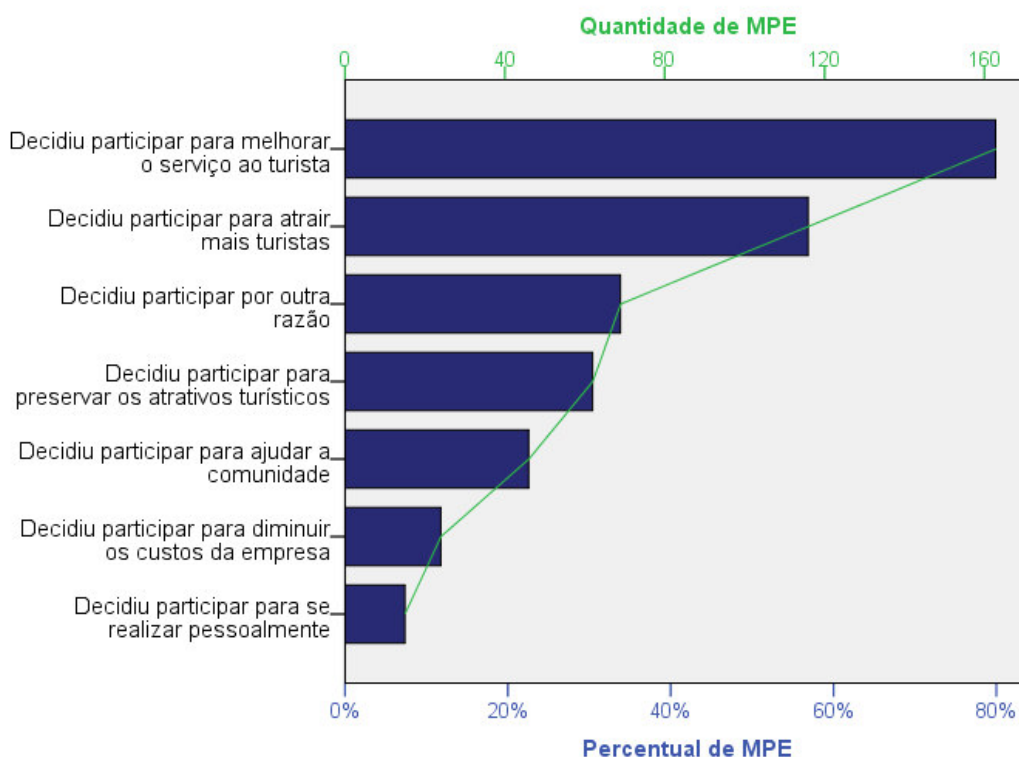


Gráfico 24 – Razões para cooperar na Costa Norte  
 Fonte: pesquisa da autora

Isso mostra que 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.

Portanto, 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.

Com a análise das razões alegadas em cada local, percebe-se que as duas principais, abarcando expressiva maioria das respostas, são idênticas nas três localidades e coincidem com a análise agregada da região — qualidade dos serviços e aumento do número de turistas. A realização pessoal ligada à cooperação ocupou outro extremo, com valores mais baixos, como explicitado pelo Gráfico 25.

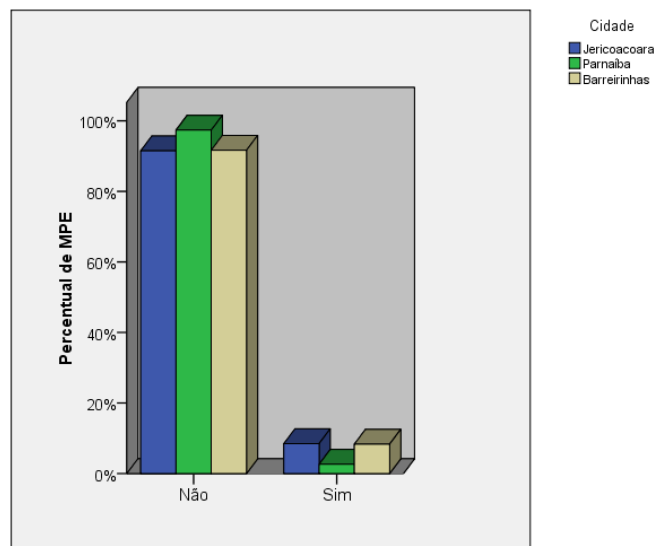


Gráfico 25 – Realização pessoal como razão para cooperar, por cidade  
Fonte: pesquisa da autora

Apesar de algumas semelhanças, as localidades também mostram diferenças<sup>103</sup> significativas nas motivações das MPE para cooperar no que diz respeito a: diminuição dos custos da empresa; atração de mais turistas e preservação dos recursos naturais (Quadro 14).

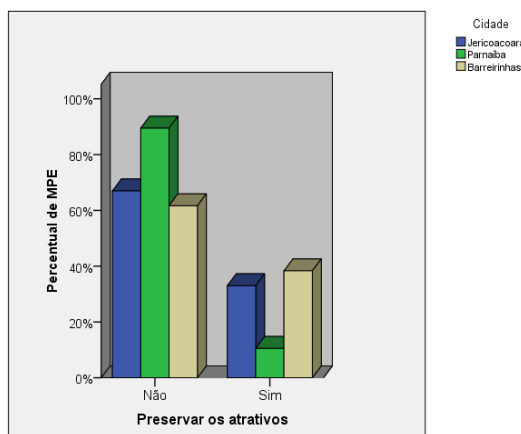
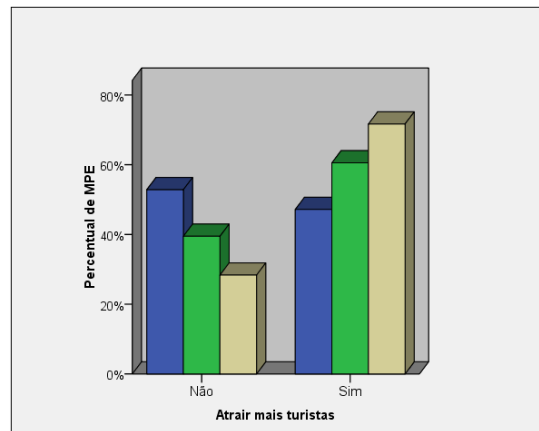
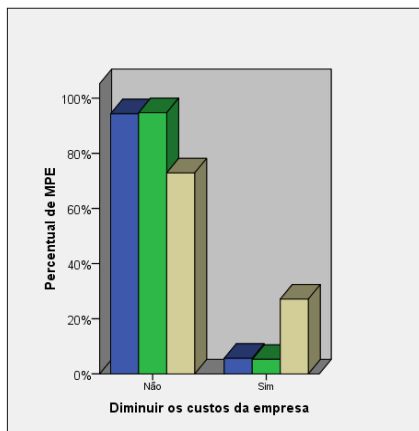
#### **Razões para cooperar que mais diferenciam os destinos...**

- 1º. Para diminuir os custos da empresa
- 2º. Para atrair mais turistas
- 3º. Para preservar os atrativos turísticos

Quadro 14 – Razões para cooperar discriminantes das localidades  
Fonte: pesquisa da autora

Em contrapartida, a melhoria do serviço ao turista e a realização pessoal são as características que menos servem para diferenciar entre as localidades. A primeira, que diz respeito à melhoria do serviço, porque houve altas incidências em todas as localidades. Afinal, é a principal razão para as MPE cooperarem, com 82,1% das opiniões em Jericoacoara; 81,7%, em Barreirinhas, e 71,1%, em Parnaíba. Já a realização pessoal não se presta a distingui-las porque aparece com baixas ocorrências em todos os locais, tais como 8,5%, em Jericoacoara; 8,3%, em Barreirinhas e 2,6%, em Parnaíba (Gráficos 26, 27 e 28).

<sup>103</sup> Empregada a técnica de Análise Discriminante com 203 respondentes válidos.



Gráficos 26, 27, 28 – Detalhamento das razões discriminantes para cooperar por cidade: diminuir custos; atrair mais turistas e preservar atrativos naturais  
 Fonte: pesquisa da autora

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.

Em consonância com as ações conjuntas realizadas, também entre as razões para cooperar, Barreirinhas e Jericoacoara apresentam-se de forma similar quanto à motivação para preservar os atrativos turísticos naturais, com 38% e 33% das respostas respectivamente. Em contraposição, Parnaíba diferencia-se por ser onde tal razão é menos citada entre as motivações 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.

Mas, por que um destino iniciante se articularia menos do que um destino em crescimento, já que aquele que está começando precisa de mais esforços rumo à consolidação? 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. Revela-se um círculo vicioso para o destino iniciante: não há um fluxo de turistas suficientemente seguro que pague mais caro por serviços diferenciados. Tal risco desfavorece investimentos privados, que precisam esperar pelo retorno por um prazo desconhecido e incerto, expondo a pequena empresa aos riscos de não sobreviver. Mas, sem produtos e serviços melhores, as empresas e o destino não são capazes de atrair a demanda mais exigente, que possibilitaria maior margem de lucro e com menor número de clientes, abrindo uma alternativa afora o turismo de massa.

Parnaíba diferencia-se também por ser onde essa razão para cooperar voltada para cuidar de seus atrativos naturais menos aparece. Possivelmente, o cuidado conjunto com os atrativos naturais está também ligado à importância do turismo na dinâmica local; à dependência dos recursos naturais para o turismo; à facilidade de identificá-los e delimitá-los, maior para Jericoacoara e Barreirinhas, menor para Parnaíba.

Cooperar por *outra* razão que não aquelas previstas pelo instrumento de pesquisa tampouco ajuda a diferenciar entre as localidades, quando tomados testes estatísticos como base. Apesar disso, conhecê-las e identificar suas linhas de argumentação prevalentes mostra uma perspectiva complementar para compreensão das relações nos locais.

As linhas argumentativas, a partir da análise do conjunto das respostas, foram entendidas como:

- (1) *razões coletivas/corporativas* — referentes à cidade ou ao setor organizado;
- (2) *razões empresariais* — que dizem respeito aos interesses individuais da MPE;
- (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 entendidos como o valor da reputação.

Merece destaque o componente de reciprocidade que aflorou nessas respostas, mostrando que diversas MPE do turismo são levadas a cooperar quando percebem que as outras cooperam com ela, a exemplo da indicação; e de confiança na fala daqueles que disseram que indicam quando conhecem e confiam no trabalho da outra empresa.

Portanto, ainda que confiança e reciprocidade surjam como elementos importantes para alimentar possibilidades de cooperação entre as MPE do turismo nas localidades investigadas, elas não consistem nas razões principais que motivaram os respondentes a participar de ações conjuntas.

Detalhando a realidade de cada destino, aproximadamente 40% das MPE de **Jericoacoara** apresentam *outras* razões para cooperar além daquelas previstas. Entre aquelas que podem ser consideradas *coletivas/corporativas* estão: a necessidade de fortalecer o setor do turismo local; melhorar a situação conjunta dos empresários. Além disso, cooperar foi uma decisão de algumas MPE porque a “união faz a força”; porque existe necessidade de “integrar os nativos”; de “educar as pessoas do local”; de “limpar a vila” e de zelar pela “segurança”.

Entre razões *empresariais* para a cooperação encontram-se os argumentos de cooperar para gerar comissões para sua empresa; melhorar a qualidade do atendimento e do serviço ao turista; atrair mais turistas para a empresa; oferecer produtos complementares à oferta turística disponível. Outras ainda cooperam porque conhecem a “qualidade da outra empresa”, levando a crer que exista um componente de confiança na empresa parceira, ainda que dentro de uma argumentação com traços mais fortes de razões instrumentais.

Entre as razões consideradas *pessoais*, algumas MPE de Jericoacoara participam de ações conjuntas porque é necessário “um ajudar o outro”, chamando atenção para o componente da reciprocidade, que também esteve revelado por respostas como “indica porque é indicado”. Isso faz lembrar o circuito da dádiva de dar–receber–retribuir de Gaillé (1998), bem como apresenta interface com a teorização de Axelrod (1990), que entende que a cooperação pode se dar em ambientes com pouca confiança, desde que haja a preocupação com a reciprocidade inerente à estratégia *tit-for-tat*. Apenas uma das MPE apresentou como razão para cooperar o aumento de sua qualidade de vida pessoal.

Ademais, Jericoacoara apresentou um outro componente entre as razões das MPE para cooperarem entre si não mencionado nas outras localidades, que pode ser traduzido como *influências externas de outros atores*. Algumas MPE justificam que cooperam porque foram incentivadas pelo Sebrae ou porque a Prefeitura não faz seu papel, levando as empresas a assumir responsabilidades e dividi-las.

Portanto, revelam-se aqui duas das diversas posições que os atores externos ao destino podem desempenhar perante a cooperação. No primeiro caso, o papel de promover a coesão por meio de incentivos e premiações ao comportamento. No segundo caso, aparecer como “inimigo comum externo”, que resulta em união interna para o enfrentamento ou para a busca de alternativas ao combate direto. Na localidade vê-se o surgimento da cooperação a partir do principal conflito, conforme as respostas acerca do ambiente do destino.

Em **Parnaíba**, 23,7% das MPE alegam *outras* razões para cooperar. Algumas MPE cooperam porque “parceria é indispensável” e porque há necessidade de “fortalecer a classe” e “seus serviços”, demonstrando algumas conotações *coletivas/corporativas* dentro do grupo empresarial local. Outras participam, tratando-se basicamente da indicação de outras empresas, porque conhecem a qualidade dos serviços prestados por elas, denotando razões *empresariais*, que podem apresentar – em segunda instância – uma interface com confiança. Apresentando preocupações com questões pessoais, aparece a reciprocidade contida na justificativa de que “se não ajudar, nunca será ajudado”. De modo bastante tímido, porém, emergiram as razões *pessoais* entre as MPE entrevistadas em Parnaíba.

Em **Barreirinhas**, 30% dos respondentes alega *outras* razões para cooperar. Algumas MPE cooperam com outras empresas locais por razões *coletivas/corporativas* tais como: para melhorar a cidade; porque beneficia a todos; porque “a empresa deve se inserir na sociedade” e porque valoriza o nativo e insere os locais na produção do turismo como “política de turismo sustentável”. Outras ressaltam que cooperam por razões *empresariais* como: porque aumenta o lucro; porque facilita as compras e a qualificação da mão-de-obra; por questão de sobrevivência ou crescimento de um pequeno negócio. Não obstante, outras participam das ações conjuntas porque entendem que é melhor para o turista, ao tempo em que melhora os serviços e aumenta a segurança oferecida a ele na prestação do serviço.

Em Barreirinhas, também emergem razões que podem ser entendidas como *pessoais*, naqueles que justificaram agir em conjunto em função da amizade, de conhecer as pessoas com quem trabalha em parceria, levando a afirmações como “coopero apenas porque conheço”. Por fim, houve argumentação baseada em relações extracomerciais e reciprocidade com a justificativa de que indica porque é indicado por outras empresas.



#### 2.1.4. Resultados da cooperação

Tendo em vista conhecer a cadeia de ações, razões e resultados da cooperação entre as MPE do turismo, investigaram-se os resultados observados a partir das ações de cooperação que as MPE empreenderam. Os dados agregados da Costa Norte mostram que apenas 4,9% não percebem qualquer resultado a partir das ações conjuntas de que participam.

Expressiva maioria (95,1%) observa resultados advindos das ações de cooperação de que participou. O fato de perceber resultados não está ligado à localidade em que a MPE está sediada, ocorrendo em percentuais idênticos nos três destinos analisados e semelhantes ao da região como um todo. Aproximadamente 95% dos respondentes em cada local percebem resultados a partir das ações conjuntas. Os 194 respondentes que percebem algum resultado opinaram com base em seis opções de respostas<sup>104</sup>, entendidas como favoráveis à sustentabilidade, sendo:

1. mais respeito às leis ambientais no Parque/APA — abordando questões de conservação ambiental; do respeito ao meio natural e do bom uso dos bens de uso comum da natureza;
2. melhorou infraestrutura — abordando questões territoriais, sociais e de bem-estar da população local, mas também viabilidade e competitividade econômica do turismo;
3. mais trabalho para as pessoas da cidade — abarcando uma interface socioeconômica em relação à população e a questão da distribuição de riquezas no âmbito da população como indicativo de encaminhamento à equidade;
4. aumentou o lucro — abordando a interface da eficiência econômica empresarial pertinente a um padrão sustentável do desenvolvimento;
5. aumentou contato de empresas, prefeitura, ONG — abordando a dimensão institucional e de governança dos destinos;
6. outro resultado — oferecendo abertura para quaisquer outras contribuições que a MPE viesse a oferecer.

Para a maioria das MPE do turismo da Costa Norte (71%), o principal resultado observado foi o aumento de contato de empresas com outros atores como governo e ONG, sinalizando um componente crucial para a evolução das instituições e do capital social do destino, na medida em que os espaços para negociação de condutas se ampliam (Gráfico 29).

---

<sup>104</sup> Tais como apresentadas aos entrevistados no questionário. Por permitir múltiplas escolhas, obteve 424 respostas.

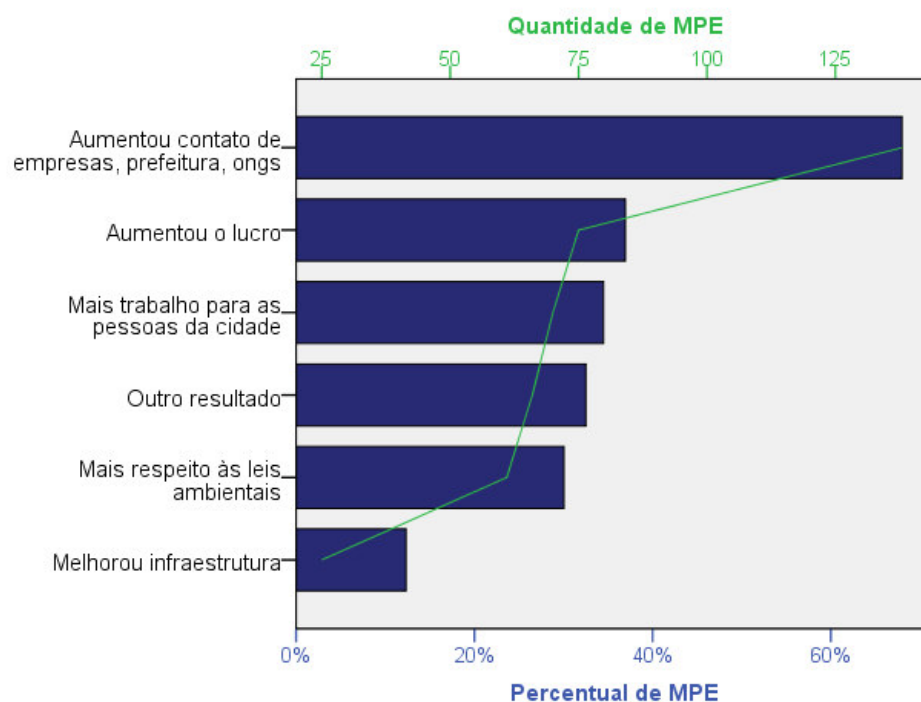
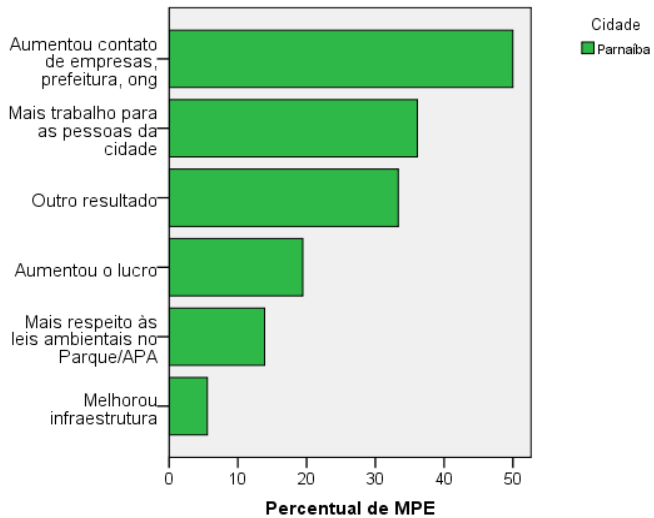
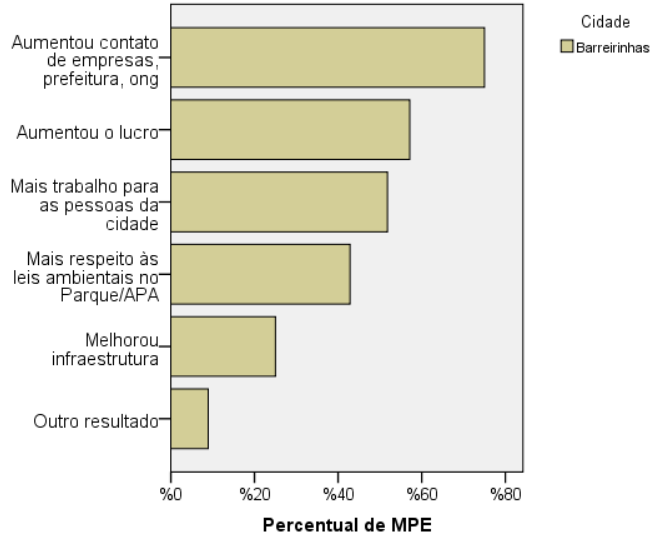
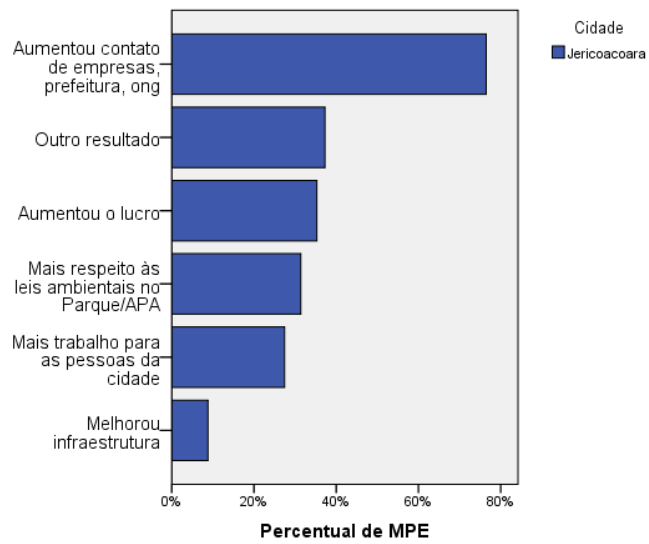


Gráfico 29 – Resultados da cooperação das MPE na Costa Norte  
 Fonte: pesquisa da autora

Em segundo lugar, 38,7% afirmam ter aumentado o lucro a partir das ações conjuntas que desenvolveram com outras empresas de turismo, como seria esperado a partir da literatura que considera o aumento dos lucros como uma das vantagens associadas ao comportamento cooperativo entre empresas, normalmente vinculado ao potencial de reduzir os custos e melhorar o desempenho (CAPORALI e VOLKER, 2004; HANSEN e NOHRIA, 2004).

O resultado menos apontado, por somente 12,9% dos respondentes, indica melhorias de infraestrutura para a cidade a partir da cooperação entre as empresas de turismo, como aponta a literatura que trata de governança e desenvolvimento local. Por fim, 28,4% das MPE afirmaram ter havido outro resultado que não aqueles sugeridos, a serem analisados no contexto de cada cidade.

Em uma visão detalhada e comparativa das localidades, o conjunto de gráficos 30, 31 e 32 sintetiza em ordem decrescente a incidência de resultados percebidos a partir de ações conjuntas em cada localidade.



Gráficos 30, 31, 32 – Resultados da cooperação das MPE, por destino  
 Fonte: pesquisa da autora

As ações de cooperação têm estimulado o diálogo entre os atores da cadeia de turismo na percepção dos entrevistados, mas têm contribuído muito pouco para a melhoria da infraestrutura. Nesse caso porque ela depende sobretudo de atores que se colocam fora da cadeia produtiva local, ou seja, os governos estadual e federal. A diferença de percepção de Barreirinhas em relação a esse último aspecto talvez esteja relacionado ao fato de que os governos estadual e federal têm investido muito nesse setor na cidade.

Observe-se como a variável aumento de lucro ganha mais relevância nos destinos de maior fluxo turístico. Ainda, no destino mais consolidado, Jericoacoara é a cidade onde há menos relevância da geração de trabalho para as pessoas que moram nela.

Além das alternativas prévias, os respondentes indicaram *outras* de maneira significativa em Jericoacoara (37%) e Parnaíba (33%). O alto número de respostas pode indicar que as alternativas não foram suficientemente bem desenvolvidas para essas duas realidades. Isso faz com que a análise dessas respostas alternativas revele características interessantes dos locais.

Dentre os *outros* resultados verificados, em **Jericoacoara**<sup>105</sup> figura como principal a indicação entre empresas, gerando intercâmbio de turistas. Ou seja, a indicação aparece anteriormente como ação e, nesse momento, como resultado de ações conjuntas entre empresas, sugerindo a retroação positiva do ciclo dessa ação cooperativa — eu indico e, por isso, outros passam a indicar também, potencializando uma densidade maior na rede de parceiros. Foi também identificado em Jericoacoara, como resultado das ações conjuntas, o aumento da amizade, do respeito e das parcerias, trocas ou da união na cidade, revelando aumento das relações de confiança e reciprocidade, fundamental à governança. Revela-se ainda melhoria do serviço prestado ao turista; da limpeza da cidade; do aumento do fluxo de turistas e maior divulgação de outros destinos complementares.

Entre os respondentes de **Parnaíba** que apontam *outros* resultados advindos da cooperação que não aqueles previstos, são citados o aumento do fluxo de turistas na cidade, uma das maiores preocupações das MPE observadas no local; maior intercâmbio de clientes em função de mais indicações entre as empresas, características marcantes nas observações do local. Também foram apontados como resultados: maior amizade da empresa com outras, maior divulgação da empresa e a isenção de impostos para a compra de equipamentos via Aetre.

Em **Barreirinhas**, outros resultados da cooperação afora os previstos aparecem para somente 8,9% dos entrevistados. Entre estes, figura em primeiro lugar, a melhoria da qualidade do serviço prestado ao turista; e posteriormente o aumento do respeito entre as

---

<sup>105</sup> Duas respostas dentre as 38 foram descartadas por falta de clareza de seu significado.

empresas; o desenvolvimento do turismo na cidade; maior quantidade de indicações entre as empresas.

Portanto, vê-se que os principais resultados espontaneamente citados pelos respondentes variam entre três ideias principais sobre a figura do turista e que parecem coerentes ante o momento de cada destino. Em Jericoacoara, um destino consolidado, registram-se mais trocas de turistas entre MPE, levando a crer que exista maior avanço na noção de cadeia produtiva. Em Barreirinhas, um destino em crescimento, registram-se incrementos na qualidade do serviço prestado. Em Parnaíba, um destino iniciante, o aumento do fluxo de turistas é registrado.

Em uma visão comparada e mais aprofundada<sup>106</sup>, todos os resultados previstos para a cooperação contribuem para diferenciar as localidades, sendo o aumento do lucro o resultado que mais diferencia as três cidades, seguido pelos demais apresentados<sup>107</sup> no Quadro 15.

---

**Resultados que mais diferenciam os destinos...**

---

1º. Aumentou o lucro

2º. Melhorou a infraestrutura

3º. Mais trabalho para as pessoas da cidade

4º. Aumentou contato de empresas, Prefeitura, ONG

5º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA

---

Quadro 15 – Resultados discriminantes da cooperação nos destinos da Costa Norte  
Fonte: pesquisa da autora

Barreirinhas diferencia-se de forma singular dos demais destinos, apresentando percentuais expressivos de resultados positivos da cooperação entre empresas de turismo. Desse fato resulta aumento do lucro empresarial, aumento das oportunidades de trabalho para as pessoas do local, melhoria da infraestrutura advinda da cooperação, e aumento ao respeito às leis ambientais, respectivamente. Tudo em função de uma frequência superior de ações conjuntas na localidade, da natureza dessas ações ou ambas as razões.

A título de ilustração, o aumento do lucro empresarial foi observado por 55% das MPE em Barreirinhas, enquanto esse valor é de 33% em Jericoacoara e 18,4% em Parnaíba (Gráfico 33). Esse é o resultado que mais contribui para diferenciar Barreirinhas das demais localidades.

---

<sup>106</sup> A Análise Discriminante contou com 194 respondentes.

<sup>107</sup> Para esse teste foi excluída a possibilidade de resposta “outros”, em função de um possível problema detectado a partir da alta incidência dessa resposta em Jericoacoara e Parnaíba, bem como da heterogeneidade de resultados contida sob sua égide.

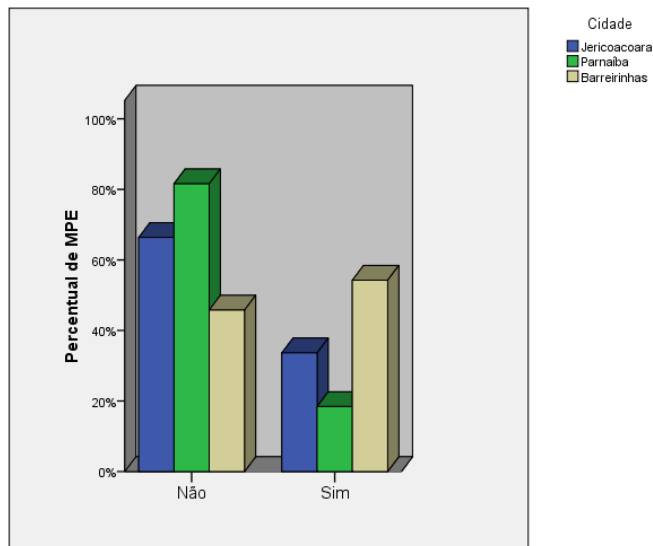


Gráfico 33 – Resultados da Cooperação: aumentou o lucro  
Fonte: pesquisa da autora

Na questão ambiental, em Barreirinhas 42,9% dos respondentes apontam o crescimento do respeito às unidades de conservação como resultado da cooperação, ao lado de 31% em Jericoacoara. Somente 13,9% em Parnaíba (Gráfico 34) mostram aumento do respeito às leis ambientais. Essa localidade foi a que menos registrou qualquer ação de cuidado com o meio ambiente utilizado pelo turismo. Daqui emerge a constatação de que as ações de cuidado com o Parque/APA são demonstrações de respeito às leis ambientais e contribuem para ampliar esse resultado.

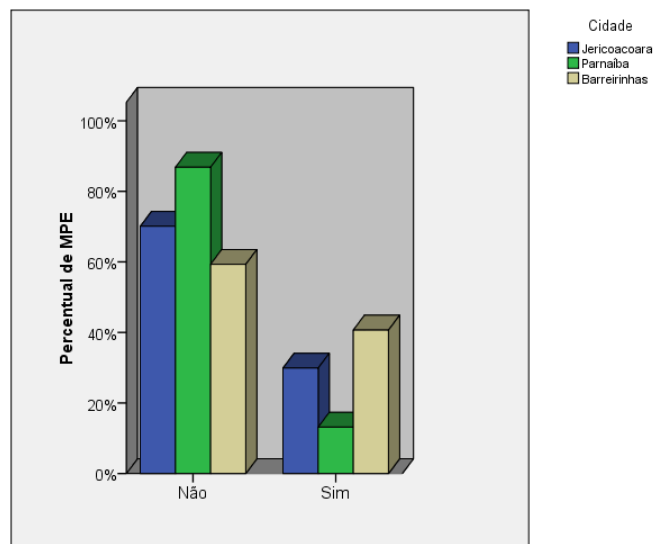


Gráfico 34 – Resultados da cooperação: mais respeito às leis ambientais no Parque/APA  
Fonte: pesquisa da autora

Assim como a questão ambiental acima mencionada, o aumento do contato entre atores sociais serve para diferenciar Parnaíba. Afinal, Jericoacoara e Barreirinhas apresentam semelhança na percepção do aumento do contato entre atores sociais como efeito da cooperação empresarial (75%), quesito no qual Parnaíba revela menor ocorrência (50%). Tais constatações são indicativos de que onde se registram menos ações de cooperação revela-se menos aumento do contato entre atores sociais e menos aumento do respeito às leis ambientais, aparentemente conduzido por ações coletivas.

### 2.1.5. Cooperação entre MPE e resultados percebidos: correlações

A composição de um quadro sucinto sobre as relações sociais das MPE do turismo na Costa Norte, a partir das respostas que registraram maioria<sup>108</sup> dos respondentes, mostra que as ações conjuntas mais recorrentes entre as MPE da Costa Norte são a indicação de outras empresas e a participação em parcerias na Rota das Emoções. Já as razões mais mencionadas para cooperar, quaisquer que sejam as ações, dizem respeito aos turistas do ponto de vista quantitativo (para atrair um maior número) ou qualitativo (para melhorar a prestação de serviço). Por fim, o resultado advindo da cooperação mais recorrente, e único reportado por maioria dos respondentes, é o aumento do contato entre atores sociais do turismo (Tabela 17).

Tabela 17 – Principais aspectos da cooperação na Costa Norte

Razões para cooperar	Ações de cooperação entre MPE	Resultados alcançados
Melhorar serviços ao turista (80%)	Indicação de outras empresas locais (98,2%)	Aumentou contato entre atores sociais do turismo (71%)
Atrair mais turistas (57%)	Participação em parcerias na Rota das Emoções (53,4%)	

Fonte: pesquisa da autora

Essas ocorrências – apesar de mais frequentes no conjunto da região analisada – não necessariamente estabelecem correlações entre si ou fornecem subsídios para entender *quais ações contribuem para cada resultado*. Para tanto, é necessário calcular em que medida as ações, razões e resultados se correlacionam.<sup>109</sup> As significâncias das correlações

<sup>108</sup> Maioria: percentual superior a 50% dos respondentes.

<sup>109</sup> Com a finalidade de conhecer as relações entre ações conjuntas e resultados no conjunto da Costa Norte, empregou-se no cálculo a Matriz de Correlação a partir do teste  $\tau_b$  de Kendall, específico para dados categóricos transformados em *dummies*, a fim de verificar quais variáveis apresentam correlação significativa. Na sequência, utilizou-se a Análise Discriminante a partir da estatística F para conhecer qual componente mais influencia na variável, considerando 203 casos válidos e nível de significância bilateral de 0,05 para ambos os testes.

entre ações e resultados oferecem o primeiro insumo para a reflexão e estão apresentadas na Matriz de Correlação (Apêndice I).

O engajamento em parcerias na Rota das Emoções, como segunda ação mais recorrente, não apresenta correlação com os resultados favoráveis à sustentabilidade previstos pela pesquisa. Possivelmente por se tratar de ações recentes, tal parceria pode não ter mostrado resultados suficientes para a interpretação dos respondentes. Existe também, eventualmente, a possibilidade de as ações desenvolvidas no âmbito do roteiro estarem sobrepostas com as demais previstas pela pesquisa. Afinal, as observações sugerem que a implementação da Rota tem contribuído para estimular a participação em ações conjuntas. Esse segundo argumento acerca da sobreposição de ações ganha força na medida em que as empresas que tendem a participar de parcerias na Rota das Emoções tendem a participar de outras ações como: cuidados com as UC; divulgação conjunta; apoio à comunidade; formação de pacotes; ações para educação e segurança do turista; obras de infraestrutura e, por fim, participação em conselhos municipais, como demonstrado pela significância das correlações entre essas ações (Tabela 18).

Tabela 18 – Correlações entre participação na Rota das Emoções e outras ações conjuntas

<b>Rota das Emoções</b>	
Compras	,609
Cuidar da UC	,000*
Divulgação	,000*
Treinamentos em conjunto	,118
Apoio à comunidade	,011*
Pacotes	,000*
Educação do turista	,000*
Segurança	,002*
Infraestrutura	,011*
Manutenção	,696
Indicação	,159
Conselho	,000*

\* Correlação significante ao nível de 0,05 da significância bilateral do teste  $\tau_b$  de Kendall.

Fonte: pesquisa da autora

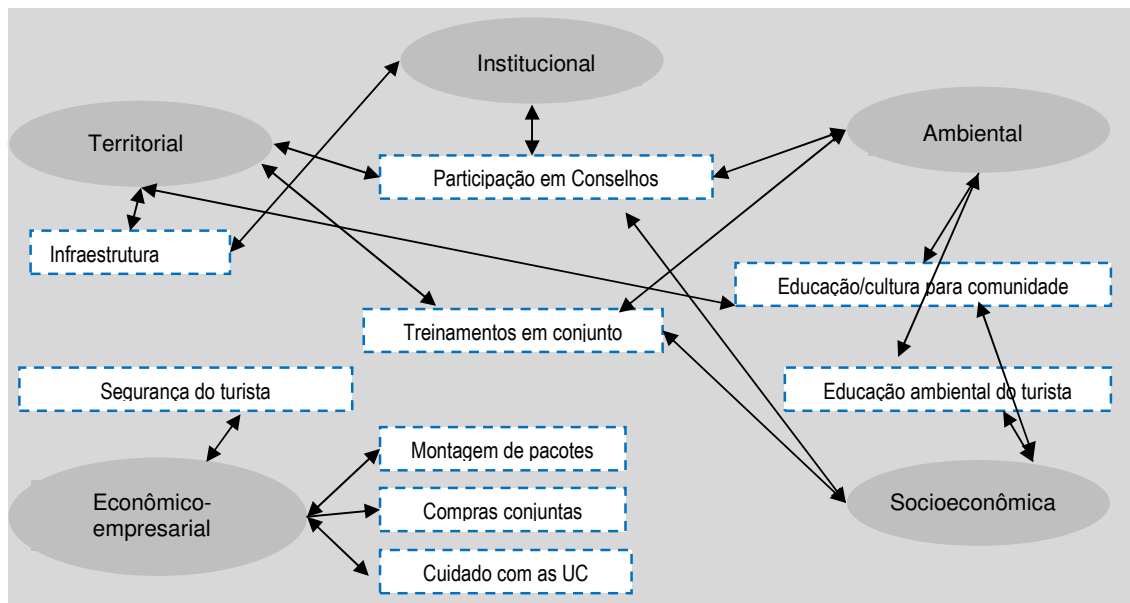
A ação conjunta mais recorrente na Costa Norte, a indicação de outras empresas, tampouco está correlacionada com qualquer dos resultados previstos como favoráveis à sustentabilidade. As MPE que indicam outras não tendem a observar os resultados previstos, que tangenciam aspectos de conservação ambiental, inclusão social e eficiência econômica nos destinos turísticos. Elas tendem, sim, a observar predominantemente mais aproximação entre as próprias empresas.

Isso leva a crer que tal forma de cooperação menos sistemática não atinge quaisquer dos resultados investigados. Seriam, portanto, formas mais estruturadas de cooperação e por isso mais favoráveis a criar condições para a sustentabilidade do desenvolvimento dos



destinos? Essa questão poderá ser acessada por meio da análise dos resultados a fim de saber *quais ações melhor contribuem para cada resultado*.<sup>110</sup>

Dentro dessa perspectiva a participação em conselhos municipais aparece como a ação que mais expressiva e frequentemente contribui para os resultados favoráveis à sustentabilidade, como ilustra o painel (Figura 17), a partir das dimensões da sustentabilidade às quais os resultados investigados se referem.



**Figura 17 – Correlações entre ações e dimensões da sustentabilidade dos resultados**  
Fonte: pesquisa da autora

A participação em conselhos, antes de tudo, contribui para resultados favoráveis à sustentabilidade do destino com questões de conservação ambiental dos atrativos (Quadro 16).

<b>Resultados da participação em conselhos</b>
1º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA
2º. Mais trabalho para as pessoas da cidade
3º. Melhorou infraestrutura
4º. Aumentou contato de empresas, Prefeitura, ONG

**Quadro 16 – Principais resultados da participação em conselhos municipais**  
Fonte: pesquisa da autora

Em seguida, tal envolvimento contribui com a inclusão da comunidade por meio de oportunidades de trabalho e melhorias de infraestruturas locais, que têm potencial de rebatimento na competitividade do próprio setor turístico. Por fim, apresenta contribuição

<sup>110</sup> Leva-se em consideração o valor de F e sua significância. Foram computadas todas as respostas com significância até o nível de 0,05. Aquelas que não mostraram significância foram ignoradas.

para a ampliação do diálogo entre atores sociais importantes no estabelecimento de normas sociais para a governança do destino.

Portanto, aparentemente, a participação em conselhos amplia condições favoráveis à sustentabilidade do destino.<sup>111</sup> Não contempla devidamente, porém, resultados que tangem à eficiência econômica das MPE, *não* contribuindo para resultados financeiros delas, imprescindíveis para a existência dos negócios.

Do ponto de vista detalhado dos resultados favoráveis à sustentabilidade, apresentam-se no Quadro 17 as ações que mais contribuem<sup>112</sup> para cada um deles:

<b>Dimensão da sustentabilidade</b>	<b>Resultados</b>	<b>Principais ações conjuntas das MPE</b>
<b>Institucional</b>	<b>Aumento do contato entre atores sociais do turismo</b>	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Educação ambiental do turista
<b>Econômico-empresarial</b>	<b>Aumento do lucro empresarial</b>	1º. Iniciativas para segurança do turista 2º. Montagem de pacotes turísticos 3º. Compras conjuntas 4º. Cuidado com as unidades de conservação
<b>Socioeconômica</b>	<b>Mais trabalho para pessoas do local</b>	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Treinamentos em conjunto 3º. Educação ambiental do turista 4º. Ações de educação/cultura da comunidade
<b>Ambiental</b>	<b>Maior respeito às leis ambientais no Parque/APA</b>	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Educação ambiental do turista 3º. Ações de educação/cultura da comunidade 4º. Treinamentos em conjunto
<b>Territorial</b>	<b>Melhorias de infraestrutura para o local</b>	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Treinamentos em conjunto 3º. Ações de educação/cultura da comunidade 4º. Obras de infraestrutura em parceria

Quadro 17 – Principais ações conjuntas e resultados favoráveis à sustentabilidade na Costa Norte  
Fonte: pesquisa da autora

A partir da perspectiva dos resultados, o *aumento do contato com atores sociais* locais, resultado mais frequentemente observado a partir da cooperação das MPE na Costa Norte, está primordialmente ligado com a participação em conselhos municipais. Em outras palavras, a característica que mais diferencia as MPE que aumentaram contato com outros atores daquelas que não aumentaram é a participação em conselhos municipais. Isso

<sup>111</sup> Vale lembrar que esses resultados podem ser particularmente vinculados a Barreirinhas, tendo em vista o destaque perante as demais como o local onde ocorre maior participação em conselhos municipais por parte das MPE do turismo.

<sup>112</sup> A partir da significância bilateral do teste F. Tabela com os valores apresentada no Apêndice I.

poderia ser esperado dos encontros do conselho, em que representantes de diferentes instâncias têm encontros periódicos e se dispõem a dialogar.

Aqueles que observaram o aumento do trabalho para pessoas do local mostram que suas MPE estiveram envolvidas em conselhos municipais e em organização conjunta de treinamentos. Parece natural a ligação do treinamento com o aumento das oportunidades de trabalho para os locais, ao passo em que aumenta a empregabilidade destes, o que pode constituir uma atividade promovida pelo conselho. Essas mesmas MPE realizaram ações de educação ambiental para o turista – possivelmente com emprego de mão-de-obra local para tais ações – e de apoio educacional e cultural à comunidade.

Os respondentes que observam *maior respeito às leis ambientais* no Parque/APA como resultado da cooperação são, principalmente, aqueles ligados a MPE que participam de conselhos municipais e de ações conjuntas para educação do turista. As ações de apoio à comunidade e treinamentos de pessoal também resultam em aumento do respeito pela UC. Isso deixa entrever que o respeito às unidades de conservação com uso intensivo pelo turismo pode ser ampliado não apenas pela educação do turista, mas também por ações de apoio comunitário e treinamento de mão-de-obra, fazendo a triangulação entre tais atores em áreas naturais frágeis e circundadas por pobreza.

As ações conjuntas mais diferenciadoras das MPE que percebem *melhorias de infraestrutura* para o local são a participação em conselhos e em treinamentos em conjunto. Como ilustração, no caso de Barreirinhas, essas duas ações se mostram ligadas porque empresas que participam do conselho têm aderido ao Programa Aventura Segura, e uma das ações está diretamente vinculada ao incremento da estrutura de transporte com caminhonetes, carros e barcos. Os benefícios, porém, não foram tidos como significativos para a população.

Por fim, o *aumento do lucro* foi traduzido como resultado das ações conjuntas voltadas para melhorar a segurança do turista; realizar compras conjuntas; montar pacotes e cuidar da UC. Em um primeiro momento investir em segurança e preservação tende a representar custos elevados para as empresas. Fica patente, todavia, que tais investimentos, além daqueles mais evidentes, como compra e venda em parceria, parecem contribuir para o aumento do lucro das empresas entrevistadas, diferenciando-as daquelas que não observam tal incremento. As demais ações não mostraram correlação com o aumento do lucro empresarial.

Essa reflexão leva a concluir que as ações podem ser agrupadas em *dois conjuntos* principais, a partir dos resultados que geram. Esses grupos são entendidos como complementares para o desafio da sustentabilidade em destinos turísticos, tendo as MPE como foco:

- Ganhos externos: aquelas ações que geram externalidades positivas, como maior respeito com as áreas naturais que servem como atrativos turísticos; melhoria das condições de vida da população pelo trabalho e pela infraestrutura pública; incremento das possibilidades de estabelecer uma governança negociada. São destacadas como as três principais ações: participar em conselhos, realizar treinamentos conjuntos e colaborar na educação ambiental do turista.
- Ganhos internos: aquelas que zelam pelo resultado econômico-empresarial resultando em aumento do lucro da MPE, sendo destacadas como as principais ações conjuntas, respectivamente: melhoria da segurança do turista; montagem de pacotes; realização de compras conjuntas e cuidados com a UC.

Cabe enfatizar que as ações que promovem ganhos internos podem ser ações promovidas externamente, a exemplo do cuidado partilhado com a UC, que permite reverter em lucros empresariais e, possivelmente, em ganhos para a conservação ambiental.

Ademais, aparecem pontos sinérgicos entre a educação do turista, o treinamento da mão-de-obra compartilhado e as ações para segurança do turista, apresentando uma possível linha tripla de ação que potencializa resultados favoráveis para a sustentabilidade em seu caráter sistêmico. Afinal, as duas primeiras ações tendem a promover ganhos socioambientais para o destino, enquanto a última tende a reverter em lucro para os empresários que a implementam. No entanto, como condição importante para a implementação dessas ações está a experiência apurada na Costa Norte e o estabelecimento de um conselho municipal de turismo ativo, gestado no âmbito das MPE e com forte presença delas, como tem se mostrado o de Barreirinhas.

Com o intuito de compreender as *razões* que motivam ações conjuntas das MPE do turismo na Costa Norte, são analisadas as duas ações que mais contribuem para cada resultado, ante a necessidade de conhecer *quais razões subsidiam tais ações*. Essa análise foi realizada por meio do entendimento das motivações que melhor distinguem aqueles que participam de determinada ação conjunta.

Diversas razões, e bastante coincidentes entre si, diferenciam<sup>113</sup> as MPE que participam de conselhos e de ações conjuntas de educação do turista das demais, como mostra o Quadro 18.

---

<sup>113</sup> Empregada a técnica de Análise Discriminante com 190 indivíduos válidos.

<b>Razões que diferenciam as MPE que participam de Conselhos municipais</b>
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade
4º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente
5º. Decidiu participar para atrair mais turistas

<b>Razões que diferenciam as MPE que participam de Educação ambiental do turista</b>
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade
4º. Decidiu participar para atrair mais turistas
5º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente

Quadro 18 – Razões para participação em conselhos municipais e em ações de educação ambiental do turista

Fonte: pesquisa da autora

No universo pesquisado, a razão que mais contribui para diferenciar as MPE que participam em conselhos e as que se engajam na educação ambiental do turista, de modo coincidente, é a preservação dos atrativos turísticos. Ainda permanece nebuloso se essa motivação tem fundo valorativo ou instrumental, na medida em que as empresas necessitam da natureza conservada para seguirem com suas atividades em longo prazo, mas a que o indivíduo pode engajar-se por razões individuais. Um indício que leva a imputar um uso mais instrumental dos recursos naturais e, por isso interesse na preservação, é a baixa participação de questões consideradas de realização pessoal na decisão de cooperar com outros parceiros.

Dos respondentes que participam de conselhos, a maioria (65,5%) cita a *preservação* dos atrativos entre as razões para participar de ações cooperativas com outras empresas. De forma expressiva, uma parcela alega como razão a ajuda à comunidade (43,8%). Por outro lado, um percentual minoritário dos respondentes que participam de conselhos decidiu para diminuir custos da empresa (28,1%) ou para se realizar pessoalmente (17,2%). A motivação menos relevante para diferenciar as MPE que participam de conselhos das que não o fazem é a atração de mais turistas.

De modo bastante análogo, os respondentes que participam de ações para educação do turista em conjunto com outras empresas, em sua maioria (54,9%) menciona a preservação dos atrativos entre as razões para cooperar. Também uma parcela minoritária se dedica à educação ambiental de turistas em nome de diminuir custos da empresa (22,5%); para ajudar a comunidade (38%) ou para se realizar pessoalmente (12,7%).

As MPE que se engajaram na realização de treinamentos conjuntos diferenciam-se das demais por uma razão para cooperar — redução de custos para a empresa. Dos

respondentes, 30% que participam dessa ação alegam que têm essa motivação para cooperar com outras empresas.

Já as duas ações que mais contribuem para diferenciar aquelas MPE que apresentam aumento dos lucros – ações para a segurança do turista e formação de pacotes com outras empresas – não mostram significância para qualquer das razões aventadas. Ou seja, nem mesmo a redução do custo ou atração de mais turistas, que poderiam ser intuitivamente esperadas como razões para se agir nessa linha, ajudam a diferenciar as empresas que participam das ações daquelas que não participam, tornando esse tópico propício para aprofundamentos futuros.

## **2.2. Conflito**

Com a finalidade de conhecer os conflitos em que as MPE do turismo da Costa Norte se envolvem, além daqueles identificados no ambiente global do destino, foram investigados com quem acontecem os principais conflitos; por quais razões ocorrem e quais seus desdobramentos a partir da MPE *como ator envolvido*.

### **2.2.1. Principais conflitos das MPE**

Os principais conflitos das MPE foram investigados a partir de uma lista de opções de atores sociais, que solicitam aos respondentes apontar com quem ocorrem os principais conflitos *daquela* MPE e não mais no destino de forma genérica.

Considerando a resistência em abordar o assunto, demonstrada ao longo da pesquisa exploratória, foi propositalmente forçada a suposição de que a MPE estaria ou esteve envolvida em algum conflito.<sup>114</sup> Por essa razão, evitou-se pedir nomes específicos, oferecendo ao respondente um conjunto de dez opções de atores sociais, mais ou menos relacionados com o turismo, na localidade e na região, a saber:

1. empresas de turismo da cidade
2. empresas de outros setores
3. empresas de outras cidades
4. cooperativas/associações
5. autônomos
6. governo municipal
7. órgão ambiental
8. comunidade/moradores
9. ONG ambiental

---

<sup>114</sup> O respondente que afirmou não ter qualquer conflito com nenhum ator social teve sua resposta acatada, embora a negação de qualquer conflito tenha sido aceita apenas quando voluntariamente mencionada pelo respondente, não sendo oferecida pelo entrevistador.

## 10. outros

Dos respondentes válidos nessa questão, 27,7% compõem a parcela que afirma participar de algum conflito. Essa é uma quantidade significativa, embora seja de se supor que a incidência de conflitos seja maior do que revelado nas entrevistas.

Todas as localidades apresentam semelhantes padrões de distribuição de respostas afirmativas e negativas do conflito. Portanto, revela-se que não há qualquer associação da localidade com a participação em conflitos por parte das MPE, o que surpreende, pelo fato de terem sido apontadas em Jericoacoara mais características conflituosas do que nos demais locais, quando da caracterização das relações do destino.

O que pode estar aqui configurado é um pensamento apreendido ao longo das entrevistas: a resistência de tratar do conflito quando trazido para a primeira pessoa. Ou seja, a negação de si como um ator conflitivo, tendo em vista que essa relação carrega um indicativo de desajuste social. Em outras palavras, traz em seu bojo a ideia de a pessoa não ter conflito com ninguém, apesar de conflitos existirem no destino, e sobretudo, conflitos que envolvem as empresas de turismo.

Os conflitos mais recorrentes são com governos municipais (39%) e dentro do setor privado; com autônomos do turismo (34%) e outras empresas de turismo da cidade (32,2%) (Gráfico 35).

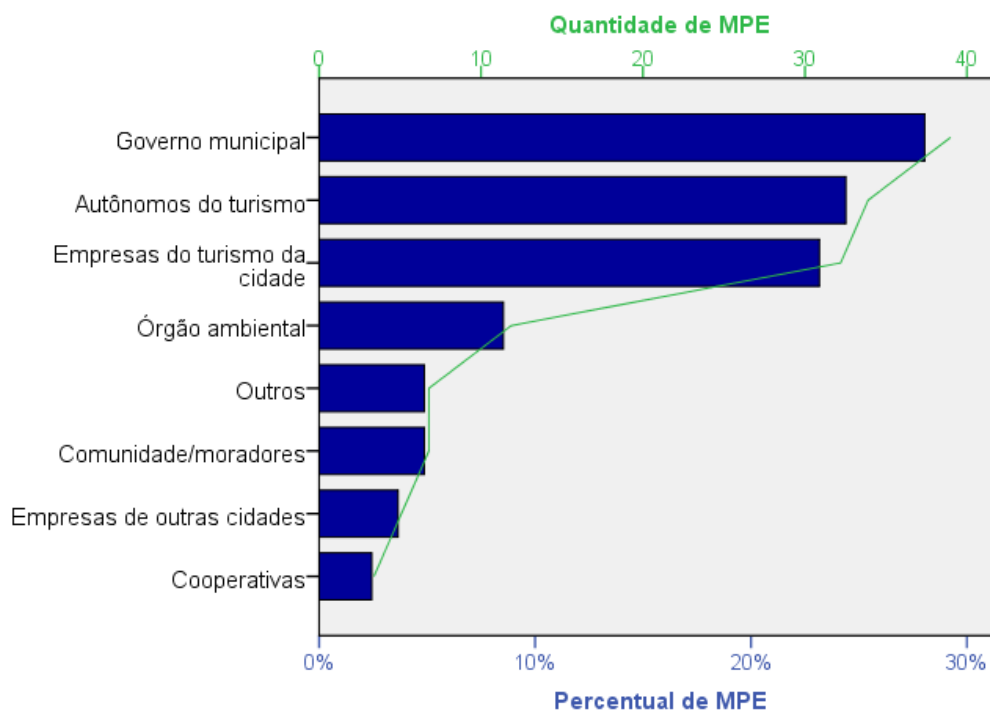
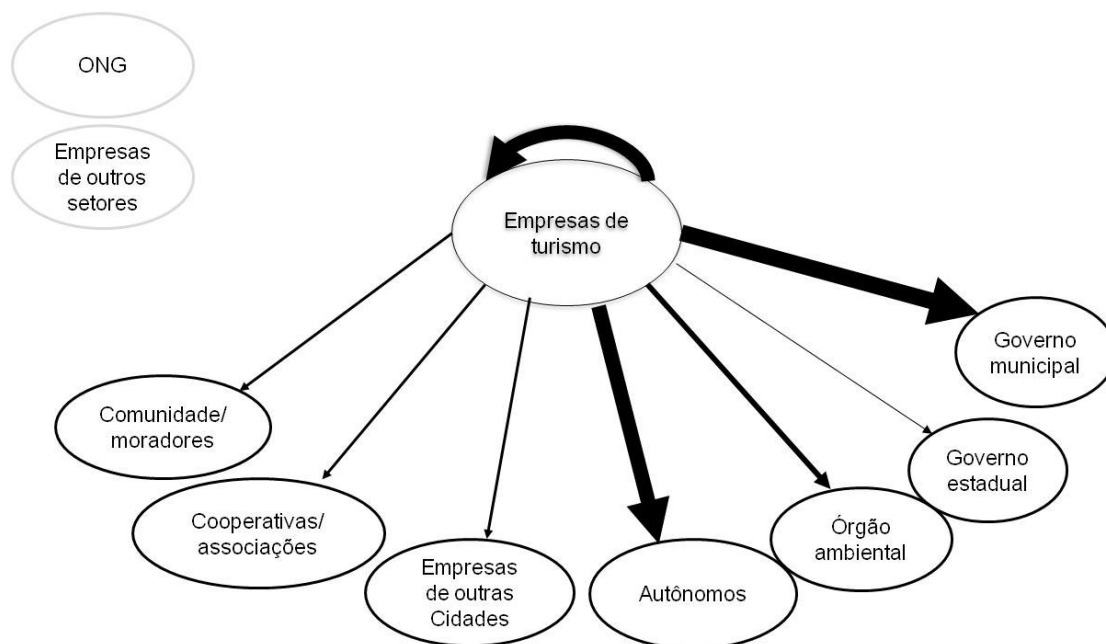


Gráfico 35 – Principais conflitos das MPE do turismo na Costa Norte  
Fonte: pesquisa da autora

A despeito das fragilidades ambientais e sociais da região, conflitos com órgãos ambientais (12%) e comunidades/moradores da localidade (6,8%) não se destacam como conflitos centrais das empresas na Costa Norte. Ambos eram estimados com valores superiores, havendo a expectativa do conflito com órgãos ambientais ocupar posição central na perspectiva das MPE que operam suas atividades em unidades de conservação ambiental e seus entornos.

Ainda com menor relevância no contexto da Costa Norte estão os conflitos com empresas de outras cidades (5%) e, com a mais baixa incidência, cooperativas locais (3,4%). Não se registra qualquer conflito com empresas de outros setores na mesma localidade ou com ONG ambientalista, conflitos socioambientais corriqueiros em áreas ambientalmente frágeis ou incidentes de mais de uma atividade.

A incidência de nomeações dos atores pode ser representada alternativamente como mostra a figura seguinte, que resume a rede de conflitos das MPE<sup>115</sup> com as demais categorias de atores sociais. A rede da Figura 18 é uma forma de resumir os conflitos mencionados. As setas representam o número de citações<sup>116</sup> dos conflitos dos respondentes, facilitando visualizar a recorrência de citação do conflito por parte dos entrevistados.



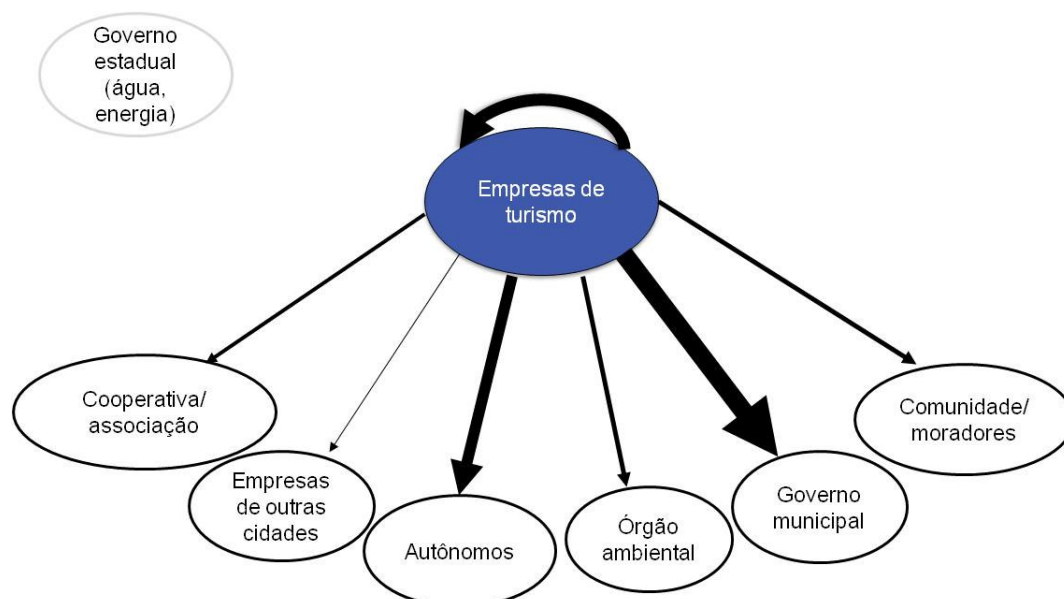
**Figura 18 – Rede de conflitos das MPE da Costa Norte**  
 Fonte: pesquisa da autora

<sup>115</sup> Os conflitos das cooperativas e associações foram retirados da representação para manter maior clareza à figura e manter o foco sobre as MPE.

<sup>116</sup> Escala 1 para 1.



Comparando as redes de conflitos formadas nos três destinos vê-se que elas se assemelham quanto aos três principais conflitos: com os governos locais; com outras empresas de turismo locais; com autônomos que trabalham com turismo. Por isso, as localidades não apresentam diferenças estatisticamente significativas nesse aspecto.<sup>117</sup> Todavia, conhecer as especificidades locais dos conflitos e aprofundar-se nelas revela aspectos interessantes para discussão.



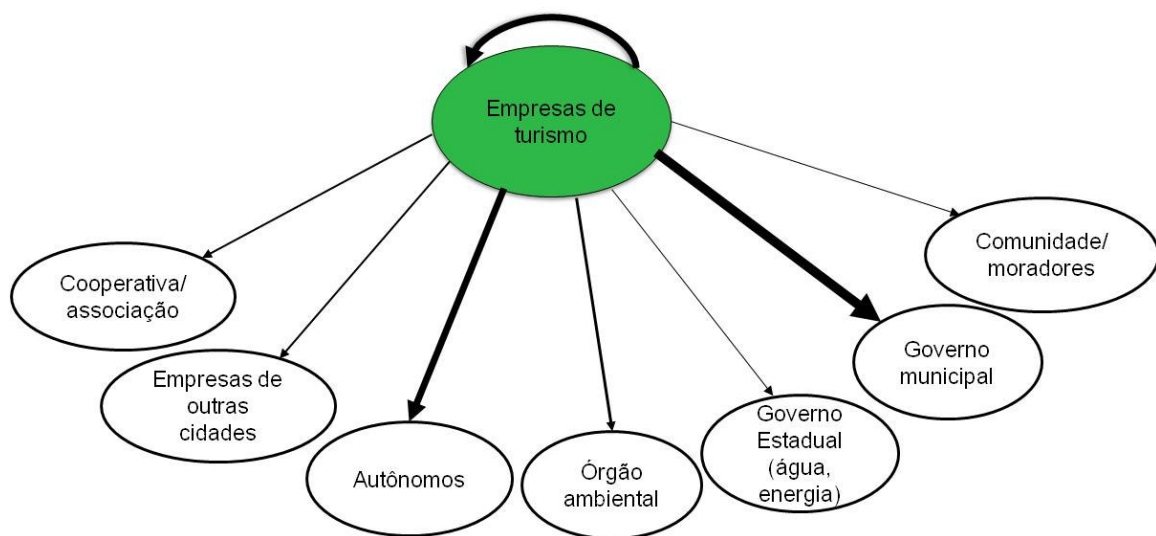
**Figura 19 – Rede de conflitos das MPE de Jericoacoara**

Fonte: pesquisa da autora

**Jericoacoara** concentra a maior parte dos conflitos das MPE com o governo municipal, na faixa de 42% dos respondentes que confirmam ter conflitos (Figura 19). Em seguida, e com um percentual expressivamente menor, aparecem os conflitos das empresas com autônomos do turismo (29%) e entre as empresas de turismo da cidade (25,8%). Os conflitos das MPE com moradores, órgãos ambientais – citados o Ibama (ICMBio) e a SEMACE (Secretaria de Meio Ambiente do Ceará) – e outros atores contam com percentuais semelhantes e abaixo de 10%.

Os conflitos das MPE com cooperativas locais e empresas de outras cidades são ainda mais marginais em Jericoacoara, cada um com indicação de 3,2% dos respondentes. Chama atenção o fato de o principal conflito da Associação de Bugueiros de Jericoacoara ser estabelecido internamente (entre seus membros) e não com o órgão ambiental ou com as empresas, como seria de se esperar. Isso ajuda a compreender a ocorrência da quebra do grupo, que resultou na criação da Cooperativa de Bugueiros.

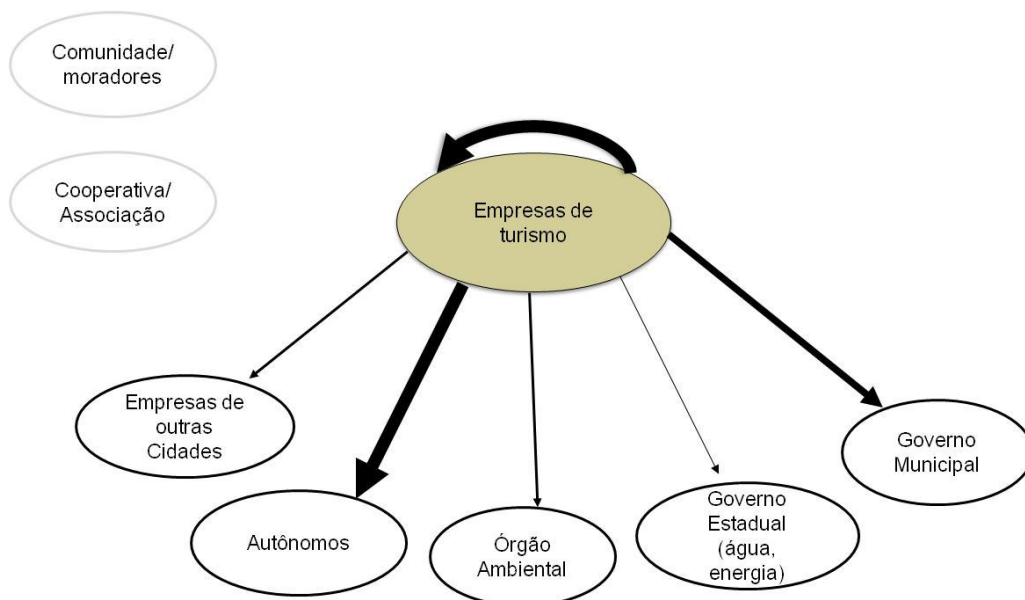
<sup>117</sup> O teste de associação não ofereceu significância para as cidades. A técnica de Análise Discriminante a partir dos 59 respondentes válidos não mostrou nenhum conflito diferenciador das localidades entre si, confirmando que as realidades são bastante similares nos três conflitos que as definem.



**Figura 20 – Rede de conflitos das MPE de Parnaíba**

Fonte: pesquisa da autora

**Parnaíba** revela 45% das MPE do turismo em conflito com o governo local e 36,4% com outras empresas de turismo e, no mesmo percentual, com autônomos do turismo. Das MPE, 18,2% apresentam conflitos com órgãos ambientais, seguidos por 9,1% em conflitos com moradores, cooperativas e empresas de outras cidades (Figura 20).



**Figura 21 – Rede de conflitos das MPE de Barreirinhas**

Fonte: pesquisa da autora

**Barreirinhas** tem predomínio de conflitos das MPE com outras empresas de turismo da cidade (41,2%) e, no mesmo percentual, com autônomos do turismo locais, mostrando distinção das outras localidades (Figura 21). Do total das MPE, 29% apresentaram

desentendimentos com o governo municipal e 11,9% com órgão ambiental. Aproximadamente 6% dos respondentes revelam conflitos com empresas de turismo de outra localidade e a mesma quantidade com o governo estadual.

Segundo uma visão comparada, a maior incidência de problemas em Parnaíba e Jericoacoara se dá com os governos em nível municipal, o que influencia fortemente as condições de infraestrutura para a oferta do turismo. Apenas após esse conflito central, surgem obstáculos impostos pelo mercado local na figura de empresas e de autônomos.

Já em Barreirinhas, os conflitos prevaletentes para as MPE se dão dentro do setor privado, com empresas de turismo da cidade e com autônomos que trabalham no setor. A principal distinção da polarização se dá no conflito de empresas com autônomos, que se revela mais forte que nos demais destinos. E é nessa localidade onde se registram ações de cooperação mais frequentes e mais resultados favoráveis à sustentabilidade advindos da cooperação entre as MPE, o que leva a crer que a polarização dos conflitos dentro do setor privado promove condições diferenciadas para a cooperação entre as MPE.

Com mais nitidez em Barreirinhas e pouco menos nas outras localidades, é possível entrever uma realidade assemelhada àquela revelada por Page *et al.* (1999), em que os principais obstáculos identificados pelas MPE do turismo no Reino Unido estavam ligados à competição no mercado local, e não com outros atores externos. Na investigação desses autores as pequenas empresas de turismo tinham como maior obstáculo para seu desenvolvimento – a partir da ótica dos empresários – a competição local, em detrimento de quaisquer outros fatores, inclusive da competição com empresas grandes.

Na Costa Norte, assim como nas pesquisas de Page *et al.* (1999), empresas externas ao microcosmos do destino não apareceram entre os principais problemas ou conflitos das MPE do turismo. Era esperada uma relevância mais acentuada de conflitos com empresas de turismo de alcance regional, tendo em vista que a roteirização pode não somente ampliar o campo de cooperação, mas também de conflitos, com o aumento do alcance da atuação das empresas anteriormente circunscritas a seu destino-base. Afinal, tais empresas existem e podem “roubar” parte do mercado. No entanto, até o momento, a roteirização tem parecido fomentar a cooperação de modo mais expressivo do que o conflito entre as MPE da Costa Norte.

Conflitos com os órgãos ambientais e a comunidade não figuram como conflitos centrais para as MPE em qualquer das localidades, contrariando expectativas em áreas pobres, de entorno de unidades de conservação e que delas dependem para a oferta do turismo.

Ademais, não existe uma colagem perfeita entre os conflitos reconhecidos no ambiente dos destinos e aqueles declarados como principais para as MPE entrevistadas. Como se pode verificar, em Jericoacoara o conflito entre os empresários nativos e não-

nativos, e com a comunidade, apareceram de modo marcado na contextualização do ambiente do destino. Contudo, ambos não aparecem entre os conflitos estabelecidos pelas MPE. O conflito com a comunidade também foi reconhecido no ambiente de Barreirinhas, mas nenhuma MPE declarou tais desentendimentos como um conflito próprio. Afinal, revela-se que, em geral, o conflito no âmbito da MPE de Barreirinhas não é com a comunidade, mas com alguns de seus setores: autônomos, guias informais, “meninos de rua”.

### 2.2.2. Razões para a ocorrência dos conflitos

Perguntou-se aos respondentes que reconhecem participar de conflitos quais razões os originaram. As respostas, exclusivamente abertas, foram compiladas e tratadas a partir da ideia central que retratam.

Em uma análise agregada da região, revela-se semelhança de natureza do conflito que as MPE identificam nas três localidades, basicamente ligada à inação do ente público local. As principais razões mencionadas são:

1. a falta de provimento de *infraestrutura* para o turismo, fortemente destacada nas três localidades e que reforça o expressivo conflito com tal ator;
2. a falta de *regulação* do mercado do turismo local, o que lança luz sobre o expressivo conflito entre entes privados (empresas e autônomos).

Detalhadamente, em **Jericoacoara** as razões para os conflitos são bastante diversas. Quanto ao governo municipal, a razão principal para o desentendimento é a “omissão” e o “esquecimento da vila” como parte do município, bem como a “falta de apoio ao turismo”, especialmente na lacuna de provimento de infraestrutura básica, principalmente saneamento, hospitais e limpeza urbana, corroborando também os principais problemas da localidade verificados na pesquisa exploratória inicial.

Em Jericoacoara, entre as razões citadas para o conflito com o órgão ambiental estão a proibição de aumentar o número de estabelecimentos e a fiscalização feita de modo discriminatório, que favorece os grandes empresários ou os autônomos, segundo a percepção delas. Uma das MPE afirmou que é o órgão ambiental que “entrava o desenvolvimento do turismo” na vila.

Ainda em Jericoacoara, entre as razões para conflitos das MPE com outras empresas de turismo da localidade, fica patente a contradição entre os empresários de pequeno porte e a maior empresa de turismo da localidade, um meio de hospedagem pertencente a um grupo internacional. Ela é acusada de “dominar e manipular” todas as decisões, sempre a seu favor, minando a participação de MPE, que tendem a ter seus interesses não atendidos. A mesma empresa, ainda, é acusada de invadir grande área pública da praia, gozando de

benefícios que as MPE não possuem. Percebe-se, portanto, uma polarização dos conflitos das MPE contra a maior empresa de turismo instalada na vila.

Também em Jericoacoara são apontadas como razões para conflitos o fato de algumas empresas locais fecharem pacotes com todos os produtos e serviços, prejudicando a circulação do turista por outros estabelecimentos, principalmente pelos de alimentação; além da falta de união entre as empresas locais; falta de desejo que outras empresas cresçam e da guerra de preços das diárias entre os meios de hospedagem, que chegam a baixar o preço para “roubar clientes, prejudicando o andamento” de outra empresa. Percebe-se que o conflito é generalizado, independentemente de tamanho das empresas e origem dos empresários.

Diversos outros conflitos são encontrados entre produtores do turismo em Jericoacoara. De MPE com os autônomos do turismo surgiram, principalmente, conflitos relacionados ao preço, no caso dos bugueiros, já que “eles baixam o preço e tiram o turista da empresa”. Segundo algumas agências, estabelece-se uma guerra de preços explícita e competição entre entes que trabalham juntos em algum momento, quando as empresas contratam os mesmos bugueiros para realizar passeios para seus clientes. Relatos de empresários de MPE mostram que é comum que bugueiros autônomos fiquem parados em frente das empresas oferecendo passeios idênticos aos oferecidos pelas empresas, porém a preços menores. Da parte dos bugueiros, há a insatisfação quando agências compram seus próprios meios de transporte e fazem os passeios de forma independente, com motoristas próprios contratados, excluindo-os da cadeia produtiva.

No que tange às cooperativas, a razão destacada pelos respondentes se dá pelo fato de os bugueiros, organizados na cooperativa ou na associação, tentarem impedir melhorias para o local, tal como a trilha proposta pelo Ibama. Não obstante, outras razões relatadas para conflitos com os bugueiros baseiam-se no assédio violento a novos entrantes no mercado local, sendo reportados casos de “ameaças e incêndios a carros de novas empresas” de não-nativos que tentaram se estabelecer na localidade e foram repreendidos. Logo, aqui se identifica um exemplo de ação coletiva colaborativa entre pequenos produtores locais que não resulta em ganhos coletivos, mas que reflete danos causados a partir da cooperação.<sup>118</sup> Esse tipo de protecionismo gerado a partir da combinação de cooperação e conflito, em uma esfera comercial, pode resultar em vícios de mercado e concentração do poder (CASSON e GIUSTA, 2007).

Fica claro que a falta de regulação da atividade turística, sobretudo em Jericoacoara e Barreirinhas, permite o surgimento de procedimentos predatórios da concorrência, da

---

<sup>118</sup> Especula-se que nesses locais o modo de organização interno de cooperativas de autônomos siga padrões diferenciados da organização de MPE, mas que não é parte do escopo desta pesquisa. Esse tema desponta como assunto de pesquisas futuras, que pode ter desdobramentos interessantes ao se compararem relações sociais entre MPE e cooperativas/associações de autônomos.

lucratividade e da qualidade do serviço apresentado. A proteção do mercado contra novos entrantes, um dos benefícios frequentemente associados à cooperação entre pequenas empresas, mostra uma distorção no que se refere a ganhos coletivos nesse exemplo, que possivelmente pode ser entendido a partir de regras de convivência e cultura locais, bem como pelo fato de o mercado não ser uma arena impessoal em tais contextos.

Relatam-se conflitos das MPE com aqueles que agem como “atravessadores”, baixando o preço e decidindo para onde levar o turista; bem como desentendimento quanto à abordagem que os guias fazem aos turistas na entrada da vila, seja assediando o turista na entrada da Praia do Preá ou no ponto de parada dos transportes públicos. Algumas MPE, ainda, atribuem aos autônomos a falta de respeito aos direitos dos demais, bem como a falta de qualidade dos serviços prestados.

Quanto aos nativos, uma das razões levantadas para os conflitos foi a falta de interesse deles de que as empresas da cidade se desenvolvam, do “preconceito” com que tratam os não-nativos e a postura, entendida como “indolente” por alguns empresários. As afirmações revelam um choque de cultura, um confronto entre o modo de pensar capitalista empresarial e o modo tradicional.

Passando à análise de **Parnaíba**, revelam-se conflitos das MPE do turismo com o governo municipal em função da falta de apoio ao turismo por meio de provimento de infraestrutura, tais como a falta de atenção ao Porto das Barcas, ao mercado público e aos arredores dos hotéis. Os conflitos com o órgão ambiental acontecem por causa dos “radicalismos” com que trata os empresários, conforme a ótica de alguns respondentes. Com os autônomos do turismo, alega-se que eles praticam passeios com preços mais baixos, não apresentam mão-de-obra qualificada e distorcem o mercado; além pressionar as MPE para darem alimentação e comissão para guias e motoristas – caso contrário, fazem ameaças de não mais colocar o turista em contato com a empresa.

Por fim, entre as empresas de turismo da cidade de Parnaíba, emerge a falta de confiança como um elemento importante para os conflitos na cidade, sob a argumentação de que os empresários “combinam uma coisa e fazem outra”, razão reconhecida para o fracasso de ações cooperativas entre elas.

Em **Barreirinhas**, os conflitos com o governo local argumenta-se, advêm da omissão por parte da Prefeitura quanto ao provimento de infraestrutura para o turismo e organização do setor. Uma das MPE afirma que isso se dá em virtude do pensamento exposto por alguns políticos locais e estaduais de que “turista não dá voto”.

Os conflitos das MPE de Barreirinhas com outras empresas de turismo da cidade ocorrem em razão da “guerra de preços”, em que uma determinada empresa da cidade – citada por vários empresários – cobra metade do preço praticado para os passeios; da “falta

de profissionalismo” das empresas e da “falta de regras” estabelecidas para que possam trabalhar.

Os conflitos das MPE com os autônomos de Barreirinhas, segundo os entrevistados, se dão principalmente porque “eles não têm estrutura” e não oferecem “garantias ao cliente”, o que lhes permite cobrar um preço mais baixo; porque eles ganham gorjetas e “roubam” os clientes das empresas; porque “eles perseguem os turistas nas ruas”, causando má impressão. Portanto, aqui fica claro que os “meninos de rua” algumas vezes são entendidos como parte da comunidade – como reportado na percepção do ambiente do destino – e, outras vezes, como problemas na cadeia produtiva do turismo local.

Existe não somente o conflito entre as MPE em Barreirinhas, principalmente agências, mas também delas com cooperativas e com os “meninos de rua”, que pode ser exposto da seguinte forma — por um lado, as MPE de receptivo e passeios tendem a comprar seus próprios transportes com intuito de centralizar o serviço prestado e aumentar a margem de lucro, contratando um motorista, o que leva a contratar menos os cooperados. Isso gera um desgaste entre esses dois elos. Em alta estação, no entanto, as agências tendem a recorrer às cooperativas de barcos e toyotas, tendo em vista que sua estrutura própria não alcança a demanda, complementando sua capacidade produtiva. Quanto aos guias independentes, as agências tendem a recorrer a eles na alta porque existe aumento da demanda para os passeios; e na baixa estação porque precisam concentrar maiores esforços para vender seus produtos, transformando-os em canais de promoção e distribuição nas ruas da cidade. Portanto, as MPE alegam expressivos conflitos com entes que tendem a compor sua oferta, mas que representam competição direta por venderem produtos similares a preços mais baixos.

Uma das razões aparentes para tamanha competição entre agências e autônomos que fazem transporte turístico e passeios nas localidades é a excessiva padronização dos passeios oferecidos. Talvez esse embate seja menos aparente entre meios de hospedagem e empreendimentos de alimentação porque sua oferta é naturalmente mais segmentada: um restaurante popular não disputa o mesmo espaço que um restaurante refinado; um hotel cinco estrelas não concorre pelo mesmo público que um albergue. Isso potencializa que a competição seja feita em nichos e não de modo tão disseminado.

Ou seja, se por um lado a própria falta de diferenciação dos passeios faz com que eles se concentrem sobre o mesmo público, cobrem os mesmos preços e ofertem serviços extremamente similares, por outro lado a competição acirrada parece desencorajar a inovação e diferenciação de produtos. Isso em razão da dificuldade de sobrevivência e dos riscos que devem enfrentados ao iniciar uma mudança. Outra vez inaugura-se um círculo vicioso: MPE ficam presas a uma oferta muito similar porque têm a venda assegurada; e o

mercado apenas compra aquilo tendo em vista não haver diferenciação aparente. Sem diferenciação de qualidade, resta a guerra de preços como mecanismo de sobrevivência.

### **2.2.3. Desdobramentos dos conflitos: tentativa de solução**

Na investigação dos desdobramentos dos conflitos, aos entrevistados que apontaram ter se envolvido em conflitos foi indagado se houve inclinação para solucionar as questões. A tentativa de solução aqui não é vista como uma “cura”, na conotação do conflito como patológico ou disfuncional, mas sim como uma possibilidade de articulação de grupos e estabelecimento de regras mais claras, potencializando coesão interna aos conjuntos. A tentativa de solução de conflitos também se relaciona com as próprias articulações de cooperação.

Àqueles respondentes que apontaram ter havido tentativas, perguntaram-se detalhes, sendo reportadas 24 tentativas de solução em Jericoacoara, 9 em Parnaíba e 10 em Barreirinhas, num total de 43.

No grupo investigado, é predominante a percepção de ter havido esforços para solucionar os conflitos em que as MPE estavam envolvidas (76,3%). Do total, 23,7% mencionam não ter havido tentativas de solução.

Tomando uma perspectiva comparativa, não houve qualquer manifestação de associação estatística entre a tentativa de solucionar conflitos e a cidade, já que todas as três apresentaram distribuição semelhante e com forte predominância ao “sim” (70 a 80%), não permitindo diferenciá-las sob esse aspecto. Portanto, a análise comparada serve para evidenciar qualitativamente *quais* são as articulações ocorridas para solucionar conflitos em cada local.

Em **Jericoacoara**, houve tentativas de diálogo com a Prefeitura, com moradores e entre os próprios empresários. Foi relatada, ainda, mudança de postura de um empresário, que se adequou à lei ambiental para evitar conflitos com o órgão correspondente, e de outros que decidiram tentar resolver seus conflitos por meio de processos judiciais. Houve relatos da tentativa de buscar consenso entre empresários do turismo para que uma associação pudesse representá-los, sendo para isso realizados encontros periódicos e iniciação de grupo de *email* entre eles. Por fim, relatou-se a tentativa de associar apenas os empresários nativos para fortalecê-los, bem como a criação da Associação de 4x4.

Uma associação mencionada como ativa em Jericoacoara revela uma iniciativa de cooperação entre os empresários do turismo estimulada a partir do conflito com o governo local: a Associação Limpa Jeri, financiada por recursos dos empresários para fazer a limpeza diária da praia, que o poder público local não executa. A iniciativa tem seu âmbito de atuação restrita a essa questão e é conduzida pela maior empresa da localidade, com



quem diversos respondentes ligados a MPE revelam atritos. É um acordo pontual e sem pretensões de expansão, que não precisa ser revisto constantemente ou ter as condutas ajustadas, que surgiu como resposta à falta da ação estatal no campo da limpeza urbana.

Diversas opiniões, desde a pesquisa exploratória em Jericoacoara, demonstram uma falta de crença no potencial de agregação entre atores do turismo da localidade. Muitos dos entrevistados reportam iniciativas passadas de colaboração que foram frustradas, acusadas de “nunca deram certo em Jeri”, que trouxeram cansaço e descrença quanto ao potencial de articulação local. Contudo, verifica-se uma constante busca de associação para regular as atividades de entes privados, em grande parte sem regulação de poderes públicos.

As iniciativas de cooperação em Jericoacoara experimentaram diversos fracassos. Uma delas, de criar uma associação empresarial local, foi minada a partir do momento em que a maior empresa de hospedagem sugeriu tabelar preços, diminuindo a liberdade de cada membro e tornando menos competitivo o mercado local. Essa prática foi considerada nociva e de má-fé por proprietários locais de pequenos meios de hospedagem simples, que vislumbraram serem eliminados do mercado em pouco tempo. Outra iniciativa apenas iniciada por empresários dissidentes foi esvaziada pela falta de participação das empresas, que alegaram falta de tempo para reuniões.

No entanto, as associações atualmente consideradas ativas estão relacionadas com a roteirização, a exemplo da Aetre e da Adetur-Jeri. A primeira é vinculada aos demais pontos do roteiro e tem presidência rotativa instalada em Camocim. Sua importância pode estar ligada com a clareza que traz da necessidade de fortalecer grupos internos ao destino para encontrar-se com outros grupos, como empresas de outras cidades. A segunda é um desdobramento local e tem o apoio do Sebrae, sendo liderada por uma presidência envolvida com questões locais, intersetoriais e com visões de Jericoacoara como um destino referência em assuntos de sustentabilidade.

Em **Parnaíba**, soluções para os conflitos foram buscadas por meio de reuniões e diálogos entre poder público local e empresários; bem como de empresários isolados com autônomos. Houve a proposta de uma lista de preços única para evitar os atravessadores e a guerra de preços, mas que não se concretizou.

A despeito de não ter sido citada como uma tentativa de solucionar conflitos entre empresários nesta fase da pesquisa, foi identificada uma articulação entre agências de receptivo da cidade de Parnaíba para controlar os barcos que saem para passeios diários, assegurando um rodízio de empresas em cada dia da semana.<sup>119</sup> Essa atividade conjunta é remanescente da associação das agências de receptivo da cidade, que se extinguiu por atritos internos. Essa prática, porém, continua em operação por meio de uma lista

---

<sup>119</sup> Essa iniciativa, chamada por alguns de Associação dos Barcos Grandes, foi mencionada na rede de parceiros das MPE por um entrevistado.

consolidada, garantindo redução de perdas para as empresas, já que não há demanda para que todas lancem mão de seus barcos diariamente, o que poderia resultar em uma competição danosa para todas as MPE. Um dos entrevistados que participa dessa iniciativa não imputa a ela qualquer traço de confiança nos parceiros, mas sim como um modo de zelar pela sobrevivência. Esse exemplo mostra como os limites entre cooperação e conflito são tênues, revelando tais relações como faces de uma mesma moeda e em constante ajuste. Afinal, uma ação de cooperação pode surgir para atenuar conflitos, e o conflito pode recriar a maneira como as ações em parceria se organizam, criando novas regras de coexistência.

Em **Barreirinhas**, houve convocação de reuniões e diálogos entre empresários e deles com governo local como principal tentativa de solucionar os conflitos. Houve ainda a organização de uma Associação de Empresários de Barreirinhas, que elaborou um documento com o diagnóstico dos problemas do turismo na cidade, com o propósito de direcionar esforços do poder público, que foi encaminhado para instâncias local, estadual e federal vinculadas ao turismo. Esse mesmo grupo pressionou a formação de um conselho municipal de turismo, em que têm assento.

No âmbito do conselho, foram feitas propostas de criação de uma associação de guias para que os “meninos de rua” pudessem ser capacitados e empregados pelas empresas, levando o turista a contratar diretamente as agências, que contariam com os serviços de tais guias capacitados. Aliado a isso surgiu, por parte de alguns empresários, a proposta de colocar um guia obrigatório em cada passeio de barco. Entretanto, a ideia ainda é contraditória entre eles porque diminui a rentabilidade de um passeio ao alocar um guia e ceder uma vaga a ele em embarcações com capacidade para até 11 passageiros.

Apesar ainda de não citado por nenhum dos entrevistados como uma busca de soluções para os conflitos do turismo da cidade nesta fase da pesquisa, chama a atenção a articulação do *voucher* único de acesso ao parque, a exemplo da governança instituída em Bonito (MS).<sup>120</sup> No caso de Bonito, o controle da visitação dos atrativos turísticos (na sua maioria particulares) é realizada exclusivamente por meio da venda de um ingresso aos atrativos (*voucher* único). Esse ingresso garante o respeito à capacidade de carga determinada, assegura a visitação acompanhada de guias credenciados, bem como reverte recursos para a administração pública local (CDS/UNB, 2008).

Tal proposta tem sido vista como a solução do problema por parte de diversos respondentes e conta com apoio da Prefeitura, uma ação conduzida pelo empresariado local, diretamente ligada com a participação da associação criada pelos empresários das MPE e do conselho municipal de turismo. Afinal, é o conselho a instância que delibera e

---

120 (VIEIRA, 2003; LUNAS, 2006).

articula sobre o *voucher*. Aparentemente, a criação de um bilhete único de acesso aos atrativos do parque nacional agiria sobre o maior conflito local e atenderia aos objetivos de três distintos atores:

1. ICMBio — garantiria recursos humanos cedidos pela Prefeitura a serem diretamente alocados na vigilância do parque e potencializaria menos danos ambientais, na medida em que a entrada fosse controlada por meio de ingressos;
2. Governo Municipal — resultaria em mais recolhimento de ISS para o governo local;
3. MPE do turismo — permitiria controle de entradas no parque e asseguraria exclusividade no mercado para as empresas, bem como a uniformização de preços, possivelmente exterminando o que apontam como disputa desleal por turistas, com a exclusão dos “meninos de rua” na oferta do turismo local.

A instituição do *voucher* único traz consigo dois possíveis desdobramentos: ou de potencializar soluções inovadoras para o destino sob a influência da governança conduzida pelo setor privado, protegendo recursos naturais, incrementando a experiência turística e ampliando o diálogo com outros atores sociais; ou de promover crescente exclusão dos grupos com que se têm atritos na medida em que fortalece tal instância de gestão.

De modo sucinto, em **Jericoacoara** aparecem tentativas de diálogo com o poder municipal instituído, todas consideradas infrutíferas pelos respondentes. Constantes tentativas surgem na localidade e fracassam. Recentemente, surgiu uma associação com perspectivas de abranger todo o segmento do turismo na vila em uma visão comum (Adetur-Jeri), que já é considerada a mais ativa pelos respondentes.

**Parnaíba** mostra uma articulação pouco mais avançada para fazer frente aos conflitos entre empresários do turismo, na medida em que a principal associação ruiu e as empresas de passeios permanecem organizando uma lista única de saída de barcos, a fim de minimizar riscos e maximizar lucros individualmente.

Entretanto, é em **Barreirinhas** que se encontra a articulação cooperativa mais complexa da região, em resposta aos conflitos mais centrais no turismo da localidade com a organização de MPE do turismo, com a intenção de instituir o *voucher* único de entrada nos atrativos.

#### 2.2.4. Resultados dos conflitos

Aqueles que perceberam resultados escolheram entre opções que articulavam condições favoráveis e desfavoráveis para a sustentabilidade do destino, resultando em uma questão de múltipla escolha com as opções:

1. mais desentendimentos entre os participantes do conflito

2. formação/fortalecimento de grupos ou associações
3. quebra de associações
4. melhorias para a cidade
5. perda de negócios para as empresas
6. perda de chances de melhorar a cidade
7. outros resultados

Os dados mostram que um percentual de 43% das empresas envolvidas em algum conflito não percebe qualquer resultado, opinião expressa pelas frases “nada mudou” ou “tudo continua igual”. Tal opinião tem incidência semelhante nas três localidades.

Dentre os 57% que percebem ter havido resultados a partir dos conflitos, a maioria menciona aqueles considerados desfavoráveis à sustentabilidade, enquanto uma parcela reduzida percebe resultados favoráveis para os grupos e para as localidades a partir dos conflitos (Gráfico 36).

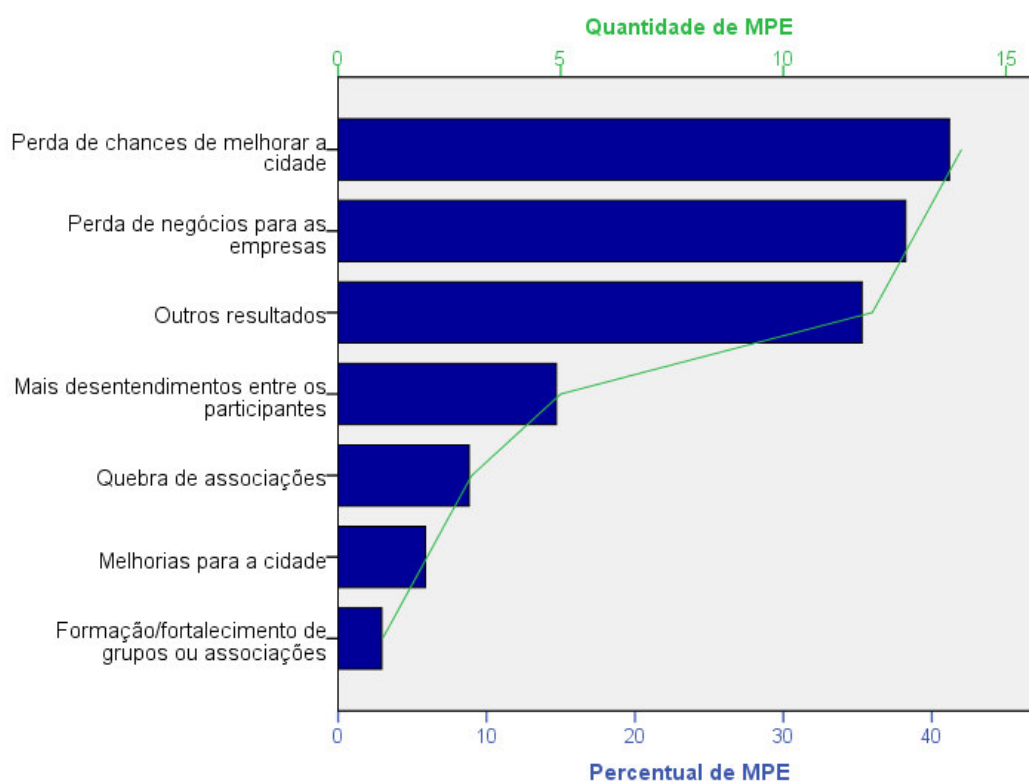


Gráfico 36 – Resultados dos conflitos na Costa Norte  
 Fonte: pesquisa da autora

Nenhum dos resultados obteve opinião da maioria dos respondentes. O resultado mais observado, porém, aponta a *perda de chances de melhorar a cidade* (41,2%). Em seguida, 38,2% atribuem aos conflitos a *perda de negócios para as empresas*. Em terceiro lugar,

*outros resultados* são mencionados, discutidos especificamente para cada localidade a seguir.

Em contrapartida, os resultados menos observados são a formação/fortalecimento de grupos, mencionado por 2,9%, e as melhorias para a cidade (5,9%). Evidencia-se que poucos apontam a positividade do conflito esperada a partir de Coser (1964) e Simmel (1969).

Tais características levam a refletir se os conflitos não produziram soluções interessantes ou se os respondentes, como o senso comum predominante no País, têm uma visão estigmatizada dos conflitos.<sup>121</sup> Afinal, ainda que tão poucos resultados positivos do conflito tenham sido reconhecidos por parte dos respondentes, fica marcado que diversas articulações de cooperação surgem dos conflitos: o *voucher* em Barreirinhas; a lista única de embarcações em Parnaíba; a articulação para limpeza da praia em Jericoacoara.

Em uma visão comparada dos possíveis resultados investigados para os conflitos entre as cidades, a característica que melhor as distingue<sup>122</sup> está presente em Parnaíba, com expressiva maior incidência de opiniões que mostram os conflitos como geradores de perdas para a cidade. As demais características não diferenciam as cidades, seja porque incidem de modo expressivo e semelhante, a exemplo da perda de negócios para as empresas, seja porque foram praticamente inexistentes, como as melhorias para a cidade.

Em Parnaíba, 85,7% das empresas que estabeleceram algum conflito percebem que ele resulta em perdas de chances de melhorar a cidade, em valores bastante menores em Jericoacoara (38,9%) e Barreirinhas (33,3%). Chama atenção o fato de ser Parnaíba a localidade onde menos tensão é comunicada pelo conjunto dos dados, e que lá haja mais percepção de resultados danosos do conflito. Uma possível mensagem contida nesses dados se traduz em: “como não nos unimos e não agimos juntos e de maneira persistente, perdemos chances de melhorar a cidade”. Em outros termos, a desunião e a independência excessiva contribuindo para que resultados coletivos favoráveis não sejam alcançados, mais do que o próprio conflito.

Quando analisadas as respostas dadas à categoria *outros resultados* – que corresponde à última entre as opções de resposta da questão –, é interessante observar a marcação por parte de uma parcela de 35,5% dos respondentes, o que classifica opção escolhida como a terceira característica mais incidente na Costa Norte. Isso indica que as categorias de resultados oferecidas para o conflito não foram exaustivas, e pode refletir uma necessidade de avanço rumo ao estudo empírico da relação conflito–sustentabilidade.

---

<sup>121</sup> Um dos entrevistados expressou bem essa ideia, quando comentou durante a entrevista que não tinha qualquer sentido perguntar se havia resultados positivos do conflito.

<sup>122</sup> Foi empregada a técnica de Análise Discriminante com 58 respondentes.

Todos os *outros* resultados percebidos pelos entrevistados ressaltam efeitos positivos do conflito. Todos eles estão concentrados em Jericoacoara e Barreirinhas, já que em Parnaíba nenhum outro resultado foi mencionado.

Em Jericoacoara são mencionados entre outros possíveis resultados apenas resultados favoráveis dos conflitos, tais quais: a “aproximação da empresa com a comunidade”; a “união da própria comunidade” e o fato de a “comunidade perceber seu valor”; a “insistência para a melhoria da cidade”; as “conversas com a Adetur-Jeri para resolver os problemas” e o “crescimento de trabalhos conjuntos”.<sup>123</sup>

Em Barreirinhas, entre os *outros* resultados figuram a implementação de “mudanças pedidas” e o “calçamento da região próxima à duna na área central da cidade”, ambos ressaltando aspectos positivos como resultados do conflito. Portanto, alguns exemplos de resultados coletivos favoráveis do conflito são identificados nas localidades mais conflituosas.

### 2.2.5. Conflitos das MPE e resultados percebidos: correlações

Apurando o que foi citado anteriormente, dentre os conflitos declarados pelas MPE, os três principais assemelharam-se nas três localidades, sendo com: governos locais; outras empresas de turismo locais e autônomos que trabalham com turismo. Como as principais razões cogitadas para os conflitos na região estão a inação do governo local em diversos aspectos e a brutal competição entre empresas e autônomos do turismo nos destinos. Quanto aos resultados dos conflitos, apesar de não contar com maioria, os mais frequentes foram as perdas para a localidade e para as empresas (Tabela 19).

Tabela 19 – Principais aspectos dos conflitos na Costa Norte

Razões para entrar em conflito <sup>124</sup>	Principais conflitos com...	Resultados alcançados
Falta de ação do governo local (infraestrutura, apoio ao setor e regulação)	Governos locais (39%)	Perdas de oportunidades para o local (41,2%)
Falta de regulação das interações de mercado, gerando disputa desleal e guerra de preços	Autônomos que trabalham com turismo (34%)	Perda de negócios para as empresas (38,2%)
	Empresas de turismo do local (32,2%)	Outros resultados (35,5%)

Fonte: pesquisa da autora

Assim como na análise da cooperação, tais dados são reveladores do perfil da Costa Norte, porém não estabelecem correlações entre si ou fornecem subsídios para entender

<sup>123</sup> Três respostas foram invalidadas por não serem claras.

<sup>124</sup> Não contém percentuais porque foram fornecidas respostas abertas pelos respondentes nesta questão. Portanto, este item não permite avançar nos tratamentos estatísticos propostos na seção.

*quais conflitos contribuem para cada resultado.* Para tanto, é necessário calcular em que medida os principais conflitos e resultados se relacionam.<sup>125</sup>

Poucos conflitos apresentam correlação estatisticamente significativa com os resultados parametrizados no trabalho, apresentando uma limitação de alcance da pesquisa. Os conflitos das MPE com outras empresas de turismo locais e com governos locais não mostram influir sobre qualquer dos resultados previstos. A razão mais plausível para esse fato é a semelhança do percentual de respondentes que afirma perceber resultados, e do percentual que afirma não perceber qualquer resultado a partir desses conflitos em cada questão.

Fica aparente que ainda que muitos respondentes não tenham apontado qualquer resultado a partir dos conflitos com empresas de local, outras observações levam a crer que pode residir nessa percepção uma falta de reconhecimento das ações motivadas pelo conflito. Permanece a dúvida se isso é o reflexo do real ou uma posição contaminada pelo senso comum de que o conflito é negativo.

Porquanto é certo que o alcance da pesquisa fica fragilizado para fazer inferências a partir de poucos respondentes que reconhecem resultados dos conflitos. Ciente de tais limitantes, permanece válido buscar compreender, com foco na perspectiva dos resultados: *quais conflitos mais contribuem para cada resultado verificado?*<sup>126</sup>

<b>Resultados</b>	<b>Principais conflitos das MPE</b>
<b>Formação/fortalecimento de grupos ou associações</b>	1º. empresas de outras cidades 2º. órgão ambiental
<b>Melhorias para a cidade</b>	1º. cooperativas/associações
<b>Perda de chances de melhorar a cidade</b>	1º. moradores/comunidade
<b>Outros resultados</b>	1º. autônomos do turismo

Quadro 19 – Principais conflitos e resultados favoráveis à sustentabilidade  
Fonte: pesquisa da autora

Aqueles entrevistados que percebem formação ou o fortalecimento de grupos se diferenciam, em primeiro lugar por terem conflitos com empresas de outras cidades e, em segundo lugar, com o órgão ambiental (Quadro 19). Não é possível apontar neste momento se as empresas de outros locais são de outras cidades do roteiro ou de fora dele. Todavia, a roteirização integrada busca consolidar uma região múltipla como destino turístico e levar

<sup>125</sup> No cálculo foi empregada a Matriz de Correlação com utilização do teste  $\tau_b$  de Kendall, específico para dados categóricos transformados em *dummies*, a fim de verificar quais variáveis apresentam correlação significativa. Na sequência, calculou-se a estatística F para conhecer qual componente mais influencia na variável, considerando 59 casos válidos e nível de significância bilateral de 0,05 para ambos os testes. Casos inválidos foram aqueles que responderam “não sei” ou não responderam algum dos itens das questões analisadas. Foram excluídas as categorias *outros atores* e *outros resultados* para este tratamento.

<sup>126</sup> Haja vista o valor de F ser superior aos demais que apresentaram significância na Análise Discriminante. Ver Apêndice I.

para fora desse grupo de municípios a ideia de *outro*, ou seja, é o reconhecimento de todos os pontos do roteiro como pertencentes ao mesmo grupo.

Os desentendimentos com as empresas de outras cidades e com o órgão ambiental apontam fortalecer o sentido de grupo dos produtores de um destino. Este aspecto revela uma das noções positivas do conflito lançada por Coser (1998) perante o quadro da coesão social. O referencial, porém, aqui é da sustentabilidade, o que pede uma análise mais profunda. Será que a criação/fortalecimento de grupos é sempre favorável à sustentabilidade de um destino? A resposta que se desenha é negativa.

Isso que pode ser tomado, prioritariamente, como favorável precisa ter suas particularidades investigadas. O fortalecimento de grupos excludentes da pluralidade não pode ser visto como positivo, nem o fechamento comercial excessivo causado pelo protecionismo de alguns grupos ou ainda um senso de grupo que incita a violência ou atividades criminosas. Estes são exatamente alguns dos reflexos perversos da cooperação que não permitem entendê-las como boa em si mesma.

Por outro lado, os grupos considerados positivos para a sustentabilidade – seja pela cooperação ou pelo conflito – são aqueles que ampliam o diálogo, a representatividade de segmentos anteriormente excluídos, que aprimoram processos democráticos de participação, resultados que são considerados positivos para a consolidação da governança do destino. Possivelmente, grupos que contenham em si interesses coletivos difusos, como o interesse para preservar o Parque, e não somente interesses corporativos, sejam os mais orientados a contribuir com a sustentabilidade.

Um exemplo de conflito com órgão ambiental por parte das MPE do turismo que contribuiu para a formação/fortalecimento de grupos preexistentes pode ser encontrado em **Barreirinhas**, apresentando possíveis ganhos e prejuízos para a sustentabilidade. Em 2006, o órgão ambiental gestor do Parque decidiu implementar um limite de capacidade de carga que agia diretamente sobre as atividades das MPE da localidade. Naquele momento, empresários e autônomos se organizaram para combater a quantidade proposta pelo Ibama e aumentar esse limite. Ademais, os próprios empresários passaram a vigiar-se mutuamente para o cumprimento de certas regras lançadas pelo órgão ambiental, como o porte de bebidas e a proximidade do acesso aos atrativos, que não pode ser feito por veículos motorizados a partir de determinado ponto. No entanto, nem todas as consequências desse conflito podem ser esperadas como positivas para a sustentabilidade, a exemplo do fortalecimento da comunicação entre motoristas que descumprem as regras e são protegidos por outros, que avisam caso esteja havendo fiscalização no parque, para facilitar o escape à punição.

Já quem percebe melhorias para a cidade se diferencia por ter algum conflito com as cooperativas/associações. Tais resultados, porém, foram percebidos por respondentes em



Jericoacoara e Parnaíba, onde não foram encontrados exemplos que sustentem esse ponto, que pede averiguações posteriores. O que parece positivo, ainda que não citado, é o movimento que ocorre em Barreirinhas de união entre cooperativas e associações de transportes turísticos (toyotas e barcos). No âmbito da Incubadora de Cooperativas Populares (ITCP), projeto apoiado pelo Mtur, e a partir de conflitos com MPE do turismo, está se configurando uma nova e única associação, com maior poder de influenciar o setor de turismo local e com potencial de melhorar a oferta turística. Como conquista desse grupo, foi disponibilizado um lugar privilegiado no porto para comercializarem seus serviços conjuntamente e diretamente aos turistas.

Os conflitos com os autônomos mostram correlação com outros resultados, em que o detalhamento mostrou que predominam resultados favoráveis para a sustentabilidade, como visto na descrição das respostas dessa categoria em relação à Jericoacoara e Barreirinhas. Existe uma amplitude muito grande de resultados sob a égide de *outros*, muito embora todos contenham traços positivos como valorização da identidade local, aproximação dos empresários e comunidade, aumento da confiança e da amizade. Isso compromete a segurança de levar adiante estas conclusões. Parece bastante coerente, porém, com o quadro traçado anteriormente de que o conflito com autônomos gerou maior aproximação entre as próprias empresas, fortalecendo-as como grupo, a exemplo do que ocorre em Barreirinhas.

Esse tratamento não permitiu esclarecer com segurança os conflitos que contribuem para a sustentabilidade, em virtude da limitação das respostas e das categorias, porém permitiu compreender aqueles que menos atuam em seu favor a partir do olhar das MPE. Os que menos contribuem são os que promovem resultados em sua contramão, a exemplo da perda de chances de melhorar a cidade, imputadas aos conflitos com a comunidade.

De fato, o que parece revelado aqui é o olhar do empresário que entende que são perdidas chances de melhorias para a cidade quando a comunidade é contrária às mudanças trazidas pelo turismo. Pode-se recorrer ao choque de culturas em **Jericoacoara**, registrado no discurso de alguns empresários que atribuem aos nativos a falta de interesse em trabalhar para melhorar o local, mas sim o desejo de lucrar com a venda de terrenos sobrevalorizados. Em **Barreirinhas**, pode ser suscitado o exemplo da comunidade da Cardoza, que se opõe ao turismo da forma que é realizado pelos empresários de Barreirinhas, tendo em vista as mudanças culturais que impõem e a falta de benefícios econômicos para a própria comunidade.

### 2.3. Sazonalidade nas relações sociais de cooperação e conflito das MPE

A sazonalidade surgiu como um possível fator que influencia as relações sociais nos destinos durante as pesquisas na região, tendo em vista que a diferenciação entre alta e baixa estação é característica absolutamente marcante da dinâmica desses destinos turísticos e de suas empresas. Para essa variável, não foi encontrado estudo similar na literatura, especialmente quando se refere ao rebatimento nas relações sociais das empresas.

A hipótese é que a alta e a baixa estações influenciam o modo como as MPE interagem, tanto pelo componente da cooperação quanto pelo do conflito, ainda que não se tenha delineado qual delas e quando tenderiam a aparecer com mais força. Espera-se ainda que ambas possam tender ao aumento simultaneamente, não havendo razão para crescimento de uma e decréscimo da outra, já que se entende que não é necessária a ausência de uma delas para que a outra aconteça.

Cogitou-se que as MPE tenderiam a uma maior conflitividade na baixa estação, ou seja, quando necessitam disputar recursos escassos, principalmente clientes, com mais força. Esse raciocínio segue a expectativa de Kriesberg (2003) de que a emergência de conflitos está ligada com a escassez de recursos, especialmente em sistemas sociais pequenos e relativamente fechados, como apontam ser os destinos sob estudo.

Logo, solicitou-se aos entrevistados que respondessem a duas perguntas em diferentes momentos do questionário, providência tomada para evitar o viés nas respostas. Perguntou-se: *quando existe mais desentendimento entre os empresários do turismo da cidade? Quando existem mais ações conjuntas e parcerias entre os empresários do turismo da cidade?*

Observe o leitor que os questionamentos lançados aos respondentes não os impeliam a comparar períodos em que há mais cooperação do que conflito, ou vice-versa. Pretendia-se investigar em que momento a cooperação estava mais evidente e quando o conflito estava mais exposto, sempre dentro dos padrões locais. Dessa forma, fica assumido que ambas as relações não são excludentes, e podem adquirir relevo simultaneamente.

Entre as opções de resposta, não foram oferecidos parâmetros temporais como meses do ano, tendo em vista o instrumento de coleta de dados ser padronizado nos três destinos, que contam com diferentes flutuações sazonais. A partir disso, definiram-se as opções: *na alta estação; na baixa estação; não muda.*

No universo estudado, fica esboçado que na situação de escassez os conflitos são mais acentuados do que em situações de abundância. Afinal, um maior número de respondentes entende que há *mais conflitos na baixa estação* e a maioria percebe *mais cooperação na alta estação*.

De modo detalhado, 39,7% dos respondentes percebem mais desentendimentos na baixa estação, enquanto 28,7% apontam que é na alta, embora um percentual alto de respondentes tenha dito não mudar ou não saber opinar. Fica mais assertiva a posição quanto à cooperação, que 58,8% das MPE apontam ser mais forte na alta estação e uma pequena parcela não sabe dizer (4,3%).

Passando à análise detalhada do efeito da sazonalidade nas relações sociais entre as MPE do turismo na Costa Norte, tanto a ocorrência da cooperação quanto do conflito em determinados períodos oferecem relações estatísticas significantes com as localidades, confirmando tendências distintas entre elas.

Quanto à **cooperação**, os dados mostram que, ainda que todas tenham maioria apontando que as parcerias ocorrem mais na *alta estação*, os valores são diferentes. Parnaíba é a localidade com mais tendência de apontar que existem mais parcerias na alta estação (65%), seguida por Jericoacoara (60%) e, por último, Barreirinhas (54,1%) (Gráfico 37).

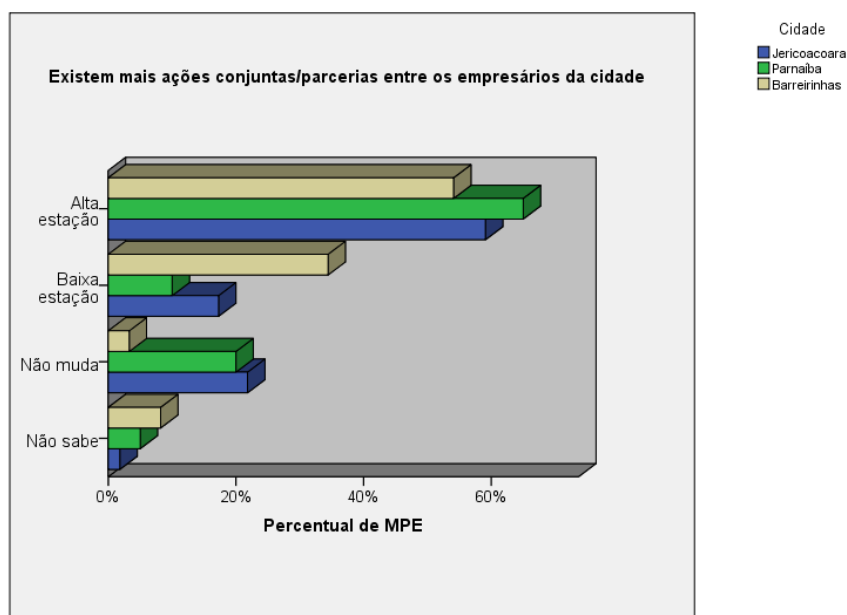


Gráfico 37 – Sazonalidade da cooperação, por cidade  
Fonte: pesquisa da autora

Por que a cooperação tende a ser mais evidente na alta estação? A razão mais aparente é o fato de as empresas terem que se unir para atender à alta demanda que recebem e que, muitas vezes, não têm capacidade instalada para atender. Outra razão também é a efervescência desse período de trabalho, presente nos discursos principalmente em Jericoacoara, que absorve os empresários tão intensamente que não

provoca encontros entre eles, nem permite que eles entrem em embates. Um dos respondentes afirmou que “é tanto turista nessa época que não dá tempo de brigar”.

Quanto aos **conflitos**, as respostas evidenciam mais especificidades dos destinos do que regras generalizáveis. Enquanto em **Jericoacoara** os respondentes tendem a apontar que existem mais conflitos na *baixa estação*, com maioria de suas empresas (52,3%), **Barreirinhas** tende ao contrário, com metade dos respondentes concentrados em apontar que há mais conflitos na *alta estação*. O assunto, porém, permanece pendente de conclusões definitivas, ao passo em que uma parcela significativa de 31% afirma que há mais conflitos na baixa (Gráfico 38).

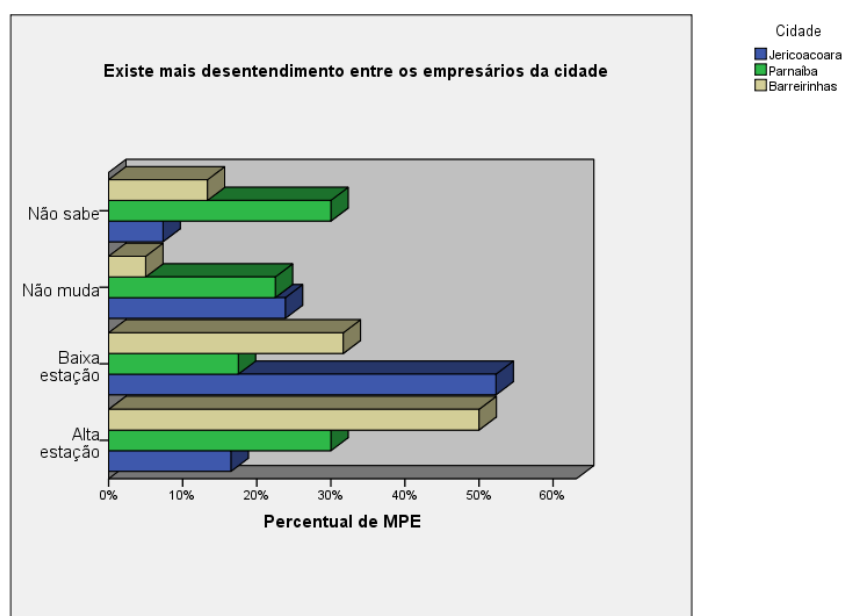


Gráfico 38 – Sazonalidade do conflito, por cidade  
Fonte: pesquisa da autora

Fica mais uma vez patente que as relações são mais claramente observadas, e sofrem mais influência da sazonalidade nos destinos onde a atividade turística é mais marcante. Parnaíba, como exemplo, mesmo que a maior concentração de opiniões aponte mais conflitos na alta estação (30%), não mostra muita confiabilidade, em função de metade das empresas afirmar não saber ou não mudar, com respostas mais esparsas.

Delineia-se, por conseguinte, em Barreirinhas e Parnaíba, tendência à acentuação simultânea do conflito e da cooperação na alta estação. No entanto, em Jericoacoara apresentam-se mais conflitos na baixa estação e mais cooperação na alta. Apesar de não permitir maiores inferências, esse condicionante aponta para a necessidade de aprofundamento em pesquisas futuras.

### 3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

A conclusão deste capítulo assenta-se sobre questões que permitem refletir teoricamente acerca dos dados empíricos apresentados, usados como ancoragem. Apresentam-se evidências da situação encontrada para, então, lançarem-se as perguntas e sugestões de respostas, a fim de delinear condicionantes das relações a partir da comparação entre os destinos.

**Jericoacoara é o destino turístico onde os conflitos são mais agudos, e Parnaíba o ambiente menos conflituoso. Barreirinhas tem uma relação de conflitos e cooperação que parece mais positiva. Que diferenças ajudam a explicar essas configurações?**

Em **Jericoacoara**, há uma tríplice combinação de conflitos: (1) muitos desentendimentos das MPE com o governo local; (2) disputa desleal entre as empresas locais, e (3) atrito entre MPE e moradores, que guardam um sentimento de que o lugar está sendo usurpado. O aumento dos conflitos pode estar vinculado à falta de alternância do poder público local, que permaneceu com o mesmo grupo por 20 anos, sempre insensível às demandas da vila. Esse conflito pode ter levado a uma falta de mobilização política local e aos sucessivos fracassos da cooperação comunitária na vila de Jericoacoara. Ademais, o turismo – como atividade econômica principal e estabelecida da vila – é tema principal das tensões e disputas. A atração e entrada de pessoas de fora em Jericoacoara como turistas, trabalhadores ou empresários faz a vila de pescadores passar a aldeia global em um período de aproximadamente 30 anos, também favorecendo a emergência de conflitos entre modos de vida. Não obstante, por ser o turismo a principal atividade e que concentra grande parte da estrutura ali instalada, inaugura-se uma severa disputa entre as empresas por um mercado que dá os primeiros sinais de declínio da demanda e da lucratividade, conforme as empresas locais. Isso impõe dificuldades de sobrevivência empresarial manifestadas pela quantidade de fechamentos e aberturas de empresas, o que aparenta potencializar as tensões. Por conseguinte, os indícios levam a crer que o destino mais consolidado da Costa Norte apresenta mais atritos na divisão de “um bolo” que, na visão das MPE do turismo locais, dificilmente crescerá, pelo momento de vida do destino e pelas próprias limitações ambientais de ser uma APA circunvizinha a um PN.

Em **Parnaíba** encontra-se um ambiente menos conflituoso, mas que não garante os arranjos cooperativos mais complexos no terreno do turismo. A principal explicação para isso é a menor importância do setor para a localidade, que tem empresas antigas e sedimentadas, ao lado de pouca agitação na cena turística. Os sinais mostrados pela localidade levam a crer que é mais difícil conformar arranjos para fazer decolar um setor do

que para comandar os planos de voo de um setor rentável. A demanda atual não justifica a criação de novas empresas e as atuais sobrevivem com certa dificuldade, especialmente aquelas que pretendem atender a uma demanda internacional de lazer. Todavia, é a localidade que mais tem expectativas depositadas na roteirização, para que possa se inserir com mais veemência no mercado turístico nacional e internacional, ultrapassando sua identidade como destino regional, haja vista o ativismo imputado à associação empresarial ligada à Rota das Emoções. Também a composição bastante homogênea do empresariado, com maior presença de locais que os demais destinos turísticos, ameniza conflitos entre culturas e origens, presentes em casos muito isolados.

Um olhar mais amplo sobre a região mostra que as MPE que estão envolvidas em algum conflito não demonstram sofrer de ostracismo social. Elas são envolvidas também em redes de cooperação e sem prejuízos para o reconhecimento como parceiras, e sem perda para as relações recíprocas que estabelecem. Essa perspectiva confirma a cooperação e o conflito como componentes das interações sociais das organizações e a coexistência entre elas, sinalizadas por Simmel (1969) e outros autores, como vital para a vida social. No entanto, é em Barreirinhas que se manifesta a relação mais positiva entre cooperação e conflito.

Em **Barreirinhas**, o crescimento que a atividade turística tem experimentado nos últimos dez anos modificou sobremaneira as feições do local, que passa a depender mais e crescentemente desse setor. Ainda que tenha uma demanda expressiva nacionalmente e crescente internacionalmente, não pode ser considerado um produto turístico tão facilmente vendido quanto Jericoacoara, o que parece impactar o modo de organizar a atividade e a busca de soluções para a gestão do destino.

O diálogo com o governo local é limitado, mas não há antagonismos históricos tão fortes quanto em Jericoacoara. A capacidade de mobilização política do setor do turismo para concorrer a cargos municipais nunca se concretizou. Existe em Barreirinhas coexistência de parcerias com um mercado considerado repleto de práticas desleais na disputa por clientes. A maior fonte de conflitos está no setor privado, contrapondo empresas a autônomos, e a maior presença de articulação se dá essencialmente no âmbito das empresas com apoio de parceiros como o Sebrae. Dessa situação entrevê-se uma polarização diferenciada dos conflitos das outras localidades, que resulta em uma articulação mais positiva de ações conjuntas e de resultados obtidos a partir delas, como a consolidação do conselho municipal de turismo. Essa instância, surgida no âmago do conflito e como resposta a ele, passa a ter papel de articuladora e mediadora de interesses para com a perspectiva mais integrada do destino.

Outros condicionantes presentes em Barreirinhas, que também podem ser cogitados como responsáveis pelas diferenças observadas, dizem respeito às características do

produto turístico ofertado e à grande dependência que as empresas guardam do Parque nacional para a sua sobrevivência.

Comparativamente, Jericoacoara depende muito da APA, e menos do Parque como atrativo turístico, além de ser um turismo de sol e praia, segmento que admite maior massificação do que a prática do ecoturismo em um modelo ideal. Parnaíba, por sua vez, depende da APA e da Resex para o tipo de turismo que se deseja desenvolver e menos para o que já existe, que ocorre mais nas praias do Sal e de Luís Correia. Barreirinhas tem total dependência do parque e sua zona de amortecimento, ambos como produtos turísticos principais. O turismo nos Lençóis Maranhenses tem um apelo focado em ecoturismo e, portanto, mais baseado em recursos naturais preservados e na beleza cênica intocada. Tal característica impõe a necessidade de diálogo com o órgão ambiental e de ação coletiva, já que nenhum ente privado possui direitos únicos de exploração do local, ampliando o potencial dos arranjos cooperativos englobarem questões de interesse difuso.

**As empresas investigadas cooperam e também estabelecem muitos conflitos com empresas do mesmo destino. As relações de parceria mais mencionadas pelos respondentes sugerem, primeiramente, articulação dentro e, em segundo plano, fora do destino restrito. Com empresas de outros locais, aparentemente, há cooperação e pouco conflito. Isso leva a crer que o espaço restrito do destino é mais conflituoso e o espaço mais amplo da rota é menos. Será que a aproximação geraria conflito e o distanciamento o reduziria?**

A proximidade pode ser entendida como condição para o conflito, porque não existe conflito sem interação. O universo analisado sugere que a proximidade é potencialmente mais conflituosa entre os empresários de um destino pequeno. Afinal, há um convívio constante, a fim de equilibrar a oferta que eles propõem: competir em certa medida e cooperar em outra, exigindo grandes esforços de conciliação dentro de um espaço limitado. Imagina-se ainda que as interações no campo empresarial sejam uma pequena parcela das relações que esses indivíduos já estabeleceram no passado e que desenvolvem no presente. Possivelmente eles estão ligados por laços de amizade, parentesco, discórdia, ciúmes, etc., que precedem a relação comercial e afastam essa realidade das leis de impessoalidade do abstrato mercado estudado nos manuais de economia ou de estratégia empresarial. Essas relações sofrem o ônus e bônus de serem históricas e pessoais: desgastes historicamente construídos e, por isso, de difícil superação, ao lado de reputações conhecidas que podem reduzir os custos de transação e os riscos da ação conjunta. Supor, porém, que esses conhecimentos prévios sobre os atores signifique partilha de “identidade” ou facilidade de cooperar não parece refletir o que se observa no microcosmo da Costa Norte.

Se aparentemente existe uma facilidade de lidar com quem lhe é mais distante, dois aspectos podem ser revelados: uma perspectiva de cooperação futura ou uma indiferença pela falta de trânsito em campos comuns. A distância entre os atores pode gerar regras mais formais e impessoais de interações, especialmente quando mediadas por entidades de apoio, que promovem contatos anteriormente inexistentes e fornecem um referencial de regras de conduta aliado a algum potencial de coerção, ou ao menos de exclusão dos *free riders*. E, na medida em que eles se aproximam, há abertura não somente para novos arranjos cooperativos, mas também para novos conflitos.

As relações que passam a existir ao longo da Rota das Emoções esboçam uma ampliação da própria noção de quem somos nós (destino) e quem são eles (destinos concorrentes). Seria, porém, a aproximação entre esses produtores do roteiro uma potencialização dos conflitos? É certo que a resposta a essa questão pede uma projeção ainda não efetivada, mas leva a crer que sim. Ampliar o roteiro, em uma primeira instância, tende a ampliar a cooperação entre atores anteriormente isolados uns dos outros, mas também tende a gerar novos conflitos, dado que grupos em condição anterior de independência passam a necessitar de ajustes dentro de seus espaços comuns de atuação e disputas. Esse ponto torna oportuno expor que a cooperação não parece tomar o lugar do conflito ou substituí-lo, mas com ele manter uma relação dialética.

**Os conflitos entre empresários nativos e não-nativos, bem como entre empresários e a comunidade, são fortemente identificados em Jericoacoara, no momento da caracterização do destino pelas MPE. Perdem, porém, intensidade quando os respondentes tratam dos principais conflitos em que se envolvem. Analogamente, os conflitos com moradores aparecem em Barreirinhas na caracterização do destino e não aparecem entre os principais conflitos das MPE. O que isso revela?**

Uma recorrência de conflitos mais alta foi identificada pelos respondentes em relação ao destino. E muito menos o respondente se declarou partícipe do conflito, a despeito de a própria empresa estar envolvida. Isso revela, primeiramente, a resistência em se tratar de conflitos em um nível individualizado, revelando demandas diretas para métodos alternativos de estudo empírico do conflito.

Além da resistência, natural ou culturalmente construída, em abordar o assunto dos conflitos, surgem outros fatores, como a classificação que o respondente ligado à empresa faz do ator social com quem tem conflito. Essa proposição pode ser exemplificada com o caso dos “meninos de rua” de **Barreirinhas** — em certo momento, os respondentes os posicionam como um problema em relação à comunidade/moradores; em momento



subsequente, porém, eles são interpretados como um conflito com autônomos, ou seja, ligados à própria cadeia produtiva do turismo, e não mais aos moradores em geral.

Em **Jericoacoara** aparecem conflitos entre empresários nativos e os que vieram de fora da cidade como uma característica marcante do destino, mais tarde traduzidos como conflitos entre empresas da cidade. Quando se trata das empresas da cidade, o conflito perde a feição da origem do proprietário. No entanto, empresas com posicionamento mais tímido no mercado e menos diferenciais competitivos tendem a pertencer a nativos e não a pessoas de fora. Assim, o conflito entre nativos e não-nativos também pode ser entendido como: (1) o conflito entre quem possuía recursos, obtidos externamente, e ocupou espaços localmente, fazendo com que o nativo se sinta marginalizado; (2) o conflito entre empresas por posicionamento de mercado.

**É reconhecido que os conflitos de MPE do turismo com órgãos ambientais existem de modo mais agudo em Jericoacoara e bastante menos intenso em Parnaíba. Apesar de presentes, embates com os órgãos ambientais, que pareciam ocupar a cena central dos conflitos em uma região como a Costa Norte, não têm essa relevância. A questão ambiental, porém, é muito presente no conflito entre empresários respeitadores e empresários não respeitadores do meio ambiente. Por quê?**

A preservação, naturalmente, impõe tensões quando se trata de espaços e recursos submetidos a pressões distintas. E esse conflito imposto pela busca de preservação é um dos resultados de conflitos já cotados como positivos por autores como Lovelock (1998). Esse embate, via de regra, é levado a cabo por órgãos ambientais, organizações militantes do ambientalismo ou ambos. Na Costa Norte, ONG ambientalistas não foram registradas entre os conflitos das empresas, possivelmente por terem ações ainda insuficientemente amadurecidas ou pouco apresentarem limitações para a ação empresarial.

É difícil compreender a falta de centralidade do conflito com órgãos ambientais em destinos inerentemente voltados para seus recursos naturais. Afinal, esses conflitos estão por todos os lados materializados nas intervenções do órgão ambiental para frear desmatamento, construções nas margens dos rios, realização de trilhas sobre dunas, despejamento de resíduos sólidos das embarcações nas águas, entre outras questões.

Existem práticas tão ilegais quanto empresas que sobrevivem da venda de passeios de quadriciclos, prática proibida de transporte sobre as dunas do parque; e hotéis que se diferenciam por estarem posicionados em locais privilegiados em margens de rios, terem mais andares que o permitido ou serem inteiramente instalados em zonas de amortecimento.

Possivelmente a baixa capacidade de fiscalização dos órgãos ambientais – proporcionada pela escassez de recursos financeiros e humanos em vastas áreas – seja uma das explicações para esse conflito não ter centralidade na realidade das MPE do turismo. Afinal, com baixo risco de serem penalizadas por comportamentos que quebram as normas, empresas e autônomos transgridem com frequência. Por mais que o Ibama/ICMBio faça parte do imaginário do conflito, perde para os conflitos entre empresas e delas com autônomos.

Tentar entender a razão disso ocorrer remete ao argumento de que, dentro do setor privado, respeitar mais ou menos o meio ambiente pode ser a diferença entre oferecer o mesmo produto que os outros ou oferecer um produto para o qual não existe competição. Ou seja, o grande diferencial de mercado pode residir em oferecer algo que não é permitido pelas regras de uso do meio ambiente. Isso pode fomentar disputas entre entes do mercado.

**As distintas ações de cooperação das MPE indicam incidências diferenciadas sobre a sustentabilidade. Enquanto a participação em conselhos municipais figura como a ação conjunta que mais contribui para o maior número de resultados parametrizados como favoráveis à sustentabilidade dos destinos, a indicação de outras empresas não sugere contribuir para os resultados averiguados. O que esses indícios mostram?**

Primeiramente fica patente que existem diferentes “cooperações”, o que alimenta a reflexão de que certas ações de cooperação impactam de formas distintas sobre a sustentabilidade. Como argumento de fundo tem-se que nem toda cooperação favorece a sustentabilidade, ainda que aqui não sejam discutidos em profundidade seus efeitos perversos.

A participação em conselhos demonstra ligações com o maior número de resultados favoráveis à sustentabilidade, impactando em aspectos socioeconômicos, ambientais, institucionais e territoriais. Seus principais resultados foram o aumento: (1) do respeito às leis ambientais na UC, (2) das oportunidades de trabalho para as pessoas da cidade, (3) da qualidade da infraestrutura, e (4) do contato entre atores sociais relevantes para o turismo. Esse conjunto de impactos pode ser conectado a uma forma mais estruturada e complexa de ação conjunta que estabelece um espaço para diálogo, criação e recriação de normas que influenciam a atividade turística — um local de embate e alianças que requer encontros constantes e negociação, com foco em interesses difusos para o destino.

Vale enfatizar o papel de destaque que a existência do conselho municipal de turismo demonstrou sobre o aumento do respeito às unidades de conservação na região analisada. Esse dado aparenta conter duas informações: que as empresas mais sensíveis a esse tema

tendem a participar mais dos conselhos, e que o conselho, por ser um grupo com participação do setor público e privado, incluindo empresas, governo local e órgão ambiental que gerencia a UC, tem a capacidade de implementar e conquistar maior adesão nas regras de uso das áreas de conservação.

Em contrapartida, MPE envolvidas em ações como indicação de outras empresas e participação na parceria na Rota das Emoções tendem a não perceber nenhum desses resultados. Mas, por que essas ações não impactam positivamente a sustentabilidade dos destinos? As tentativas de resposta são várias. A indicação de outras empresas não reflete somente acordos prévios e materialização de relações de parceria entre as MPE, mas também pode consistir em uma decisão individual de mencionar outras empresas, o que parece não oferecer resultados individuais ou coletivos para o destino, a não ser um incremento da coesão da rede de parcerias local que não repercute nesses critérios investigados. Já a participação em parcerias na Rota das Emoções não mostra impactos positivos sobre a sustentabilidade, talvez por ser uma ação estimulada por um ente externo que ainda carece de internalização pelos atores locais, ou porque reflete em outras ações investigadas, ou ainda, por ser recente, não ter tido tempo de mostrar resultados.

**Conflitos com empresas de outras cidades foram mencionados como aqueles que mais contribuem para criar e fortalecer grupos nos destinos. Que papel os atores externos ao destino apresentam na cooperação e no conflito?**

O ator externo ao sistema do destino pode ser entendido como aquele que não está estabelecido no local. Entre eles existe uma variedade de empresas de fora, turistas, ou atores sociais que, ainda que tenham representação local, implementam diretrizes externas ao destino, ao exemplo de instituições de fomento a projetos de desenvolvimento como o Sebrae.

As influências causadas por atores externos, entre suas inúmeras possibilidades, podem viabilizar a distorção das regras internamente estabelecidas. Tome-se como exemplo, um turista barganhar preços de agência em agência, de bugueiro em bugueiro, incitando a quebra de acordos preestabelecidos e a guerra de preços. Da mesma forma uma empresa externa, como uma grande operadora de turismo, na seleção de seus fornecedores pode pressionar para que empresas diminuam seus preços e promovam uma guerra desleal interna no destino, que tende a reverter em falta de cuidados ambientais com a comunidade, com os empregados e, por fim, na queda da qualidade do produto turístico.

Por outro lado, um ator externo pode incitar que o grupo interno se torne mais coeso, para resistir às mudanças que não lhe forem convenientes, o que se interpreta pela lógica da criação do inimigo que une os membros de um grupo em função do medo.

Iniciativas conduzidas por atores externos de fomento tendem a ver o conflito como intrínseco e criado de baixo para cima, porém tendem a perceber a cooperação como um processo que pode ser induzido a partir de influências externas. Ainda, um ator externo pode premiar condutas de cooperação – como projetos desenvolvidos na região pelo Sebrae e Mtur para a configuração do roteiro integrado, pela AECID em conjunto com o Mtur para a incubação de cooperativas populares. Tais projetos estimulam os encontros repetidos, o diálogo, a formação ou formalização de grupos que possam atuar conjuntamente no destino turístico.

No entanto, o que muitas vezes não fica explícito e não está na pauta de projetos fundamentados na cooperação é que até mesmo intervenções para incentivar a ação conjunta, quando implementados na base, podem fomentar conflitos entre grupos. Isso torna fundamental lidar com o binômio cooperação–conflito em iniciativas desse calibre. Um dos exemplos ocorridos foi a ruptura da Associação de Bugueiros de Jericoacoara, que se partiu quando iniciou o fomento às cooperativas populares no local. E teve origem a Cooperativa de Bugueiros, que hoje é competidora direta da primeira. Como exemplo de tensão ainda não manifesta em conflito efetivo, existe a insatisfação de meios de hospedagem da região com o fomento e as facilidades criadas para a hospedagem familiar no roteiro, na medida em que isso pode ampliar a competição por turistas.

### **Sucintamente, que condicionantes emergem como influentes sobre as relações sociais de cooperação e conflito das MPE do turismo na Costa Norte?**

A partir das características do universo estudado, alguns fatores que influenciam as relações sociais puderam ser percebidos, impactando os resultados alcançados por elas. São fatores que ajudam a compreender melhor o binômio cooperação–conflito alinhado em uma reflexão focada em sua coexistência. Entre eles, estão:

- momento do ciclo de vida do destino e a conseqüente importância do turismo para a dinâmica da economia local;
- maior ou menor dependência dos recursos naturais da UC para o desenvolvimento do turismo;
- grau de centralidade/polarização dos conflitos locais empreendidos pelas MPE;
- relevância da roteirização para o sucesso comercial do destino;
- permeabilidade do governo local para com as demandas do setor turístico;
- (falta de) regulação das atividades do turismo, especialmente da competição desleal e dos impactos que ocorrem sobre recursos e espaços de uso comum;

- existência de esferas de diálogo entre atores sociais locais ou, ao menos, a percepção de que há facilidade e preferência por resolver os problemas em conjunto;
- encontros repetidos e distância entre empresas: próximas ou distantes;
- sistematização das ações de cooperação;
- variedade de atores envolvidos com parcerias: permeabilidade a atores externos
- efeitos das iniciativas de atores externos ao destino, premiando, encorajando ou anulando os acordos prévios;
- atividade principal da empresa e motivação para iniciar o negócio, quando se trata da quantidade de relações de parceria estabelecidas;
- proporção do faturamento da MPE advindo do turismo de lazer;
- escolaridade do responsável pela empresa, quando se trata da propensão para participar de novas associações;
- sazonalidade do destino, apontando que pode haver flutuações das relações de acordo com as estações alta e baixa. A investigação fornece indícios de que haja mais cooperação na alta estação. Na baixa, porém, os destinos se comportam de modos distintos.

Esses aspectos demonstram ter efeito sobre a cooperação e os conflitos nos destinos estudados. Mesmo que não venha a ser uma lista exaustiva e que não explique ou normatize todas as variações de tais relações, o que seria excessivamente pretensioso, oferecem-se pontos de partida interessantes para futuras investigações que levem em consideração o encontro entre MPE, turismo, sustentabilidade e relações sociais.

## **APRECIANDO A DINÂMICA DO MOSAICO: CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Até a década de 1970 o desenvolvimento era aceito como um conceito positivo em si. Depois passou-se a clamar por um desenvolvimento adjetivado. Inaugurou-se, então, o tempo da busca pela sustentabilidade como um padrão do desenvolvimento que zela por equilíbrio entre preservação ambiental, eficiência econômica e inclusão social.

Traçando um paralelo, ainda se vive num tempo em que a cooperação carrega uma conotação essencialmente positiva, e o conflito, por outro lado, uma conotação negativa. Da cooperação se espera a prosperidade. Do conflito se espera a destruição. Do indivíduo que coopera se espera articulação local, preocupação com os demais e certa parcela de realização pessoal. O indivíduo que participa de conflitos está envolto na ideia de desajuste e exclusão. A cooperação é celebrada constantemente como a salvação, como a única forma de viabilizar a implantação de políticas públicas, ainda que tais políticas possam premiar comportamentos mais ou menos artificializados. É comum o conflito ser mistificado como anacrônico e destrutivo da sociedade. Por isso carece de ser banido, abafado ou “sanado”. Facilmente se constroem essas noções. Afinal, tanto o senso comum quanto a literatura acadêmica difundem tais crenças.

Como resultado de um processo de aprendizado, esta tese sofreu inúmeras mudanças em seu percurso. Os primeiros esboços deste trabalho estavam imbuídos da ideia da cooperação, e somente ela, como uma relação social que poderia contribuir para o desenvolvimento sustentável. O processo de pesquisa interdisciplinar, porém, unido ao diálogo constante entre o empírico e o teórico, trouxe consigo inquietações. Começou a parecer limitado para explicar o universo investigado esse entendimento da cooperação como única ação empresarial benéfica para a coletividade. Além disso, pensar cooperação sem competição não alcançava a dinâmica das MPE. Na sequência, o recorte da competição passou a não ser exaustivo, pedindo uma categoria de análise que abrangesse tipos mais diversos de conflitos que não apenas comerciais, envolvendo outras disputas e uma maior variedade de atores. Assim, a brutal negação inicial do conflito foi cedendo espaço para a sua incorporação, pois se tornava difícil analisar a complexidade dos arranjos locais sem compreender as duas faces da mesma moeda chamada relação social.

A construção deste trabalho baseou-se em duas premissas principais: (1) cooperação e conflito são relações sociais coexistentes ao invés de mutuamente excludentes e (2) ambas podem ter impactos positivos ou negativos para a localidade e os interesses coletivos. Articulando essas ideias, duas hipóteses buscaram ancoragem na realidade empírica. A primeira é de que a falta de conflitos não é condição suficiente ou necessária para a emergência da cooperação. A segunda é de que cooperação e conflito moldam-se

mutuamente e ambas são capazes de gerar resultados positivos para a sustentabilidade do destino. Todavia, com isso não se deve entender que são apenas as relações sociais que conduzem à sustentabilidade, mas sim um conjunto muito mais amplo de vetores.

Na tentativa de ouvir a polifonia das relações sociais, a pesquisa se ancorou em aspectos relevantes de diversas teorias e técnicas, para aplicá-las ao entendimento de um campo mais específico — as relações sociais entre empresas de micro e pequeno portes da cadeia produtiva do turismo. O encadeamento de peças metodológicas e teóricas, bem como o diálogo intencionado entre elas, colaboraram para uma visão mais complexa da realidade, que remete à figura do mosaico.

Metodologicamente, a tese apoiou-se na interlocução de abordagens qualitativas e quantitativas. Para tanto, utilizaram-se técnicas diversas como entrevistas com diferentes graus de estruturação, observação, análise de dados secundários, tratamentos estatísticos uni, bi e multivariados, ao lado de técnicas de análise de redes sociais. Teoricamente, a tese se valeu de lentes do racionalismo das teorias dos Jogos e da Ação Coletiva, da contraposição antiutilitarista, da noção de processos históricos e identidades voltadas para o desenvolvimento oferecidas pela Teoria do Capital Social, de proximidade territorial e ações conjuntas reais e benefícios empresariais das aglomerações e das possibilidades de regulação de comportamentos, a partir das teorias econômico-institucionais.

As conclusões principais desta pesquisa podem ser organizadas em torno de três temas:

1. as características principais dos destinos e de seus sistemas relacionais;
2. as conexões entre cooperação e conflito no universo das MPE do turismo;
3. os resultados das relações sociais sobre a sustentabilidade dos destinos turísticos.

A comparação dos três destinos turísticos da Costa Norte revela as **características principais dos destinos e de seus sistemas relacionais**.

**Jericoacoara** é o destino turístico mais consolidado, mais avançado em seu ciclo de vida, mais valorizado pelo mercado turístico e mais internacionalizado, tanto no que diz respeito aos proprietários dos negócios quanto aos turistas. De aldeia de pescadores, passou a vila global, concentrando uma série de efeitos colaterais do modelo de desenvolvimento que seguiu. A atividade turística reina quase absoluta, pois as outras, como artesanato ou pesca, são irrisórias comparativamente à primeira. É onde os conflitos são mais agudos entre empresas, autônomos e setor público. Também é onde as tentativas de cooperação são mais recorrentes e acumulam mais fracassos. Em resumo, o sistema relacional das MPE do turismo de Jericoacoara tem como principal característica a intensidade simultânea de conflito e cooperação em um contexto onde o turismo é a atividade produtiva mais importante.

**Parnaíba** é a localidade cujo turismo de lazer é mais frágil e tem menor demanda. Portanto, é onde as expectativas do roteiro integrado encontram mais eco e adesão. Caracteriza-se como um ambiente menos conflituoso, porém sem articulações significativas de cooperação. As ligações de parcerias de MPE do turismo de Parnaíba com os outros destinos estão extremamente concentradas em somente duas empresas. Isso expõe a falta de homogeneidade das relações de cooperação entre elas. Ademais, caracteriza-se por ser um destino de empresas antigas, fundamentadas no mercado regional do turismo e com maior presença de pessoas nativas na propriedade das MPE do que os outros destinos. Esse sistema relacional das MPE do turismo é marcado por existirem iniciativas interessantes de cooperação, mas poucas. E poucos conflitos são estabelecidos ao redor do turismo.

**Barreirinhas** é um destino turístico importante, fortemente ligado à unidade de conservação para viabilizar o turismo, e em crescente expansão (ciclo em ascensão) no mercado nacional e internacional de ecoturismo. É onde as ações de cooperação mostram mais eco e diversificação, ainda que não possam ser chamadas, agregadamente, de uma cooperação sistemática ou consolidada. Seu sistema relacional é caracterizado, principalmente, por laços claros de cooperação interna entre as MPE, mas fortes conflitos com elementos chamados informais que ameaçam o sistema. Identifica-se preocupação dos empresários com a sustentabilidade ambiental e a omissão do setor público, em meio a um ciclo claramente em expansão.

Quanto às relações de **cooperação e conflito e as suas conexões no âmbito de MPE do turismo**, 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. Por outro lado, aquelas menos recorrentes foram as ações de compras em conjunto e as de manutenção conjunta de equipamentos. 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, em uma fase inicial.

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 Dádiva. As empresas estudadas não fugiram do padrão racional-econômico na exposição das razões para cooperar e, sobretudo, revelaram poucas razões que podem ser vinculadas à ideia de sustentabilidade ambiental ou social (como cuidar do meio ambiente ou melhorar condições para comunidade). Os resultados principais obtidos pelas ações conjuntas foram o aumento de contato de empresas com outros atores (como governo e ONG), o incremento no lucro das MPE, o aumento das oportunidades de trabalho para as pessoas da cidade e, por fim, o maior respeito às leis ambientais. Isso incrementa os resultados alcançados pela cooperação que são sugeridos pela Teoria da Aglomeração Territorial. Além disso, mostra que alguns critérios de sustentabilidade foram contemplados a partir da cooperação. Observe-se que aumento de lucro e respeito ao meio ambiente que não emergiram como razões das ações de cooperação estão presentes nos principais resultados apresentados. Isso significa que são preocupações presentes no grupo de empresários investigados, mas ainda sem a força da verbalização.

A esmagadora maioria dos conflitos é, em grande parte, fruto da falta de regulação da atividade por parte da autoridade pública responsável. Em última instância o principal espaço do conflito é criado pela inoperância do setor público. Os conflitos mais presentes na Costa Norte foram aqueles com governos locais, com autônomos do turismo e com empresas locais do setor turístico. Eles foram assentados sobre a falta de ação das prefeituras e sobre a falta de regulação da atividade turística, que abre espaço para disputas desleais e práticas excessivamente predatórias de mercado entre as empresas. O conflito foi percebido pela maioria como uma relação contraproducente, que leva à perda de chances de melhorar os negócios e as cidades. Todavia, permanece obscuro se essa resposta está condicionada pela percepção prévia antagônica ao conflito e pela resistência a tratar do tema. Em alguns poucos casos, o conflito foi reconhecido como uma força que gera ganhos, como elevação da autoestima, melhoria de relações entre empresários e comunidade, implantação de infraestrutura para a localidade, exemplificando situações em que é uma relação social vívida e crucial para a dinâmica de grupos.

As evidências da pesquisa levam a crer que ambos os aspectos das relações sociais, de cooperação e de conflito, coexistem organicamente. Contudo, a articulação entre cooperação e conflito remete a outras duas perguntas complementares e carentes de reflexão — ambientes menos conflituosos são mais propensos à cooperação? Os arranjos cooperativos tendem a diminuir os conflitos? A reflexão sugere que a cooperação ancora-se no conflito e que não o substitui, como interpretam os adeptos do antagonismo entre tais relações. Aparentemente, o conflito condiciona o aparecimento da cooperação e a cooperação também atua sobre o desenrolar dos conflitos. Os dados desta pesquisa

também indicam que a ausência de conflitividade não é condição necessária para a cooperação. Apontam também que onde há níveis muito altos de conflito a cooperação tem dificuldades de emergir.

Os **resultados das relações sociais sobre a sustentabilidade dos destinos** fazem emergir a necessidade de categorização de diferentes “cooperações” e diferentes conflitos. Algumas ações de cooperação mostram relação com o incremento percebido de resultados de sustentabilidade. Outras não. Paralelamente, alguns conflitos contribuem para resultados favoráveis à sustentabilidade. Outros não. A ideia central aqui consiste em — nem toda cooperação das MPE favorece a sustentabilidade, nem todo conflito faz o mesmo. O corolário disso é que nem todo conflito é somente danoso para a sustentabilidade, como também nem toda cooperação reverte em seu benefício, se quisermos tecer uma afirmação mais provocativa.

Se a pergunta fosse “qual destino é sustentável?”, a resposta mais plausível seria “nenhum”, nem na Costa Norte, dificilmente em algum outro lugar. Mas, alternativamente, se pode perguntar — quais ações levam a resultados e dimensões compatíveis com o que se espera da construção da sustentabilidade de um destino turístico? Afinal, o importante é saber não apenas se os atores da cadeia do turismo estão preocupados com a questão da sustentabilidade, mas, sobretudo, o que moveu esta tese — se estão agindo no rumo da sustentabilidade ou no sentido inverso. Afinal, a sustentabilidade não é um estado, mas um processo eternamente incompleto. Para reconhecer uma orientação a favor ou contra a sustentabilidade, foram utilizados parâmetros coletados a partir de certificações de destinos sustentáveis. Cinco pontos foram cruciais:

- o respeito às leis ambientais, particularmente em relação às unidades de conservação utilizadas para o turismo;
- o aumento do lucro empresarial;
- a ampliação das oportunidades de trabalho para os locais;
- o incremento do diálogo entre atores sociais vinculados ao turismo;
- a melhoria da infraestrutura local.

Esses parâmetros visam contemplar as esferas ambiental, econômico-empresarial, socioeconômica, institucional e territorial, originadas a partir do desdobramento da noção de sustentabilidade adotada. Entende-se aqui que a sustentabilidade só é possível com a consecução equilibrada desses resultados. Esse equilíbrio, no entanto, não é resultado de um somatório simples, nem é possível de ser concluído a partir dos dados coletados.

Ante os resultados empíricos observados, três categorias de ações cooperativas das MPE do turismo na Costa Norte afloraram — aquelas que contribuem para resultados coletivos; aquelas que contribuem para resultados individuais das empresas, e aquelas que não contribuem para qualquer resultado positivo. Na primeira categoria estão a participação

em conselhos municipais, a promoção de treinamentos em conjunto e a de educação ambiental do turista. Em diferentes medidas, essas ações contribuem para a dimensão ambiental, com a ampliação do respeito às leis ambientais, para a dimensão socioeconômica, com o aumento das oportunidades de trabalho para a comunidade local e territorial, com a melhoria da infraestrutura, e para a dimensão institucional, com o fortalecimento do diálogo entre atores sociais variados do turismo no destino. Na segunda categoria estão as ações de segurança para o turista, compras conjuntas, montagem de pacotes em grupo e cuidados partilhados com a unidade de conservação onde ocorre o turismo, todas refletindo no aumento do lucro individual da MPE. Não se pode esquecer que esse é um resultado também importante para assegurar a viabilidade em longo prazo e compor o quadro da sustentabilidade do destino turístico.

Que indícios se podem extrair da comparação entre as distintas ações, a partir de seus distintos resultados? Uma das linhas de interpretação é que ações cooperativas mais sistemáticas, que exigem interação constante para implantação, acordos e diálogos, são aquelas que contribuem com mais resultados para a sustentabilidade do destino. As ações com ganhos coletivos e individuais guardam uma complementaridade entre si e parecem importantes para a implantação de estratégias em busca de sustentabilidade que englobem MPE. Portanto, uma visão integradora da sustentabilidade requereria ações em ambas as direções.

O conselho municipal de turismo, no caso estudado, aparece como uma expressão da atuação dialogada entre as MPE da localidade e outros atores sociais relevantes para o turismo e como uma instância de governança que mostrou resultados favoráveis à sustentabilidade. Além disso, a participação em conselhos, que tendem a se preocupar com a gestão do bem comum, sugere a preocupação com o meio ambiente por parte dos empresários. A partir dos resultados encontrados, sugere-se que o conselho possa atuar sobre uma combinação de três ações: (1) treinamentos conjuntos, com a finalidade de melhorar as oportunidades de trabalho para os habitantes da cidade, (2) ações para a segurança do turista nas atividades de aventura, para melhorar a imagem dos destinos turísticos e incrementar o lucro empresarial; (3) ações para a educação ambiental do turista, a fim de minimizar danos causados pela atividade turística nas unidades de conservação e viabilizar a preservação de atrativos naturais para utilização em longo prazo. Espera-se que isso impacte positivamente a qualidade ambiental, os lucros empresariais e a competitividade, pois permite que o destino turístico se mantenha mais tempo fora da zona de declínio que o modelo do ciclo de vida prevê.

O universo pesquisado leva a crer que a cooperação mais autônoma, do ponto de vista do protagonismo das MPE, mais diversificada e com mais resultados favoráveis à

sustentabilidade, surgiu em um ambiente conflituoso e que conta com algumas peculiaridades:

a) os principais conflitos das MPE estão centrados não no poder público local, mas com os “meninos de rua” e autônomos. Esses conflitos parecerem motivar as MPE do turismo a se organizarem cooperativamente, apesar de seus desentendimentos anteriores, e mesmo a pressionar no sentido da ruptura da omissão por parte da autoridade pública.

b) o forte papel do parque nacional, como o principal atrativo turístico, na sobrevivência das empresas, o que potencializa a necessidade de cuidar do parque e, simultaneamente, de dialogar com o órgão ambiental responsável por ele.

c) a presença de atores externos que fomentam a cooperação entre grupos e premiam comportamentos cooperativos;

d) o momento vivido pelo destino turístico dentro de seu ciclo de vida. Talvez seja esta a conclusão mais importante e que dê mais pistas para verificação futura. Aparentemente, o destino em crescimento torna necessária a organização das ações ao redor de uma visão de futuro que potencializa a continuidade da expansão e o combate a um possível declínio. Parece mais difícil que as relações conflituosas tomem força e os arranjos cooperativos surjam em destinos que ainda não contam com atividade turística sistemática. Também parece que os arranjos cooperativos sejam menos propensos a emergir naquele destino consolidado, em que a atividade turística está sedimentada e conta com certa segurança de continuidade.

Quanto aos resultados do conflito, aqueles com as empresas externas ao destino e com o órgão ambiental, foram vistos como facilitadores de resultados como a criação e/ou o fortalecimento de grupos. Embora esse indício expresse um aspecto positivo para a coesão social, não pode ser tomado em si como positivo para a sustentabilidade antes de serem conhecidos os resultados das ações subsequentes desses grupos. Caso sejam grupos que promovem o diálogo, partilham poder e incrementam a democracia, a tendência é entendê-los como positivos para a sustentabilidade. Por outro lado, se concentram poder, excluem e fazem valer decisões corporativistas sem ganhos coletivos, não seriam considerados favoráveis à sustentabilidade do destino. É oportuno registrar o conflito como parte da conformação das ações cooperativas, como um dos motivadores para que a cooperação surja, a exemplo da constituição do conselho municipal de turismo em Barreirinhas. Portanto, mesmo que não seja abertamente reconhecido pelos entrevistados em suas funções positivas, o conflito parece um importante condicionante da própria cooperação.

No que tange à eficácia da opção teórico-metodológica do trabalho, a escolha de aliar teorias diversas, e por vezes divergentes, bem como abordagens qualitativas e quantitativas, pareceu a mais interessante para fazer avançar o tema de estudo dentro da perspectiva da complexidade. A ancoragem em diferentes teorias contribuiu por permitir a

consideração de um espectro mais amplo de fatores que podem influenciar as relações, embora tenha sido um caminho mais tortuoso e com menos certezas. A principal dificuldade do trabalho consistiu na conciliação balanceada entre as duas abordagens. O resultado final pendeu mais para as análises quantitativas do que para as qualitativas, quando o equilíbrio seria a alternativa ideal.

Para estudos futuros, recomenda-se, em primeiro lugar, desenvolver técnicas para pesquisar empiricamente o conflito. Técnicas mais apuradas podem oferecer uma alternativa à resistência em falar do conflito, desvendando com maior clareza temas com marcante desaprovação social. Outro ponto que merece aprofundamento, e que esta pesquisa apenas tangenciou, diz respeito aos efeitos perversos de alguns tipos de cooperação. A questão pede esforços para suplantar a base teórica que remete apenas à superação dos danos, à competição de mercado. Devem ser incorporados à discussão teórica os efeitos da “má cooperação” sobre o meio ambiente e a equidade social. Talvez, assim, as políticas públicas de estímulo à cooperação possam ser mais precisamente balizadas, levando em consideração o conhecimento de seus impactos, sejam eles positivos ou negativos.

Estudos futuros seriam proveitosos se conseguissem envolver uma gama mais ampla de possíveis condicionantes, para compreender as relações sociais entre as MPE. Parece interessante inserir na pesquisa sobre MPE, essencialmente familiares e pouco profissionalizadas, especialmente quando situadas em rincões do Brasil, visões antropológicas da cultura local e questões como gênero, etnia, filiação política e religiosa, entre outras. Isso abre o horizonte para levar em consideração, de modo mais contundente, especificidades como os elementos de cultura pré-capitalista identificados e os aspectos subjetivos próprios desses microcosmos, preocupações mais afeitas a abordagens qualitativas.

Acima de todos esses, o ponto que mais chama atenção para desenvolvimento futuro de estudos sobre as relações que envolvem as MPE diz respeito a analisar, mais a fundo e a partir de um número maior de destinos turísticos, a relação entre o momento do ciclo de vida e as articulações de cooperação e conflito ao redor do turismo. Essa investigação inaugura um amplo projeto de pesquisa que tem grande alcance teórico e forte riqueza empírica no cenário nacional. Potencializa ainda o desenho de políticas mais específicas para as distintas realidades dos destinos turísticos brasileiros.

Diversas perguntas foram feitas ao longo da realização do trabalho. Para muitas delas não foram dadas respostas. Esta tese, porém, se encerra com a impressão genuína de que novas questões foram formuladas, inaugurando um longo caminho que convida à pesquisa de relações sociais, turismo, micro e pequenas empresas, desenvolvimento e sustentabilidade. Temas a serem apreciados em sua complexidade como um mosaico.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. In **Economia Aplicada**, v. IV, n. 2, abril/junho 2000, p. 379-397, 2000

\_\_\_\_\_. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. In **Tempo Social**, v. 16, n., p. 35-64, 2004

ACERENZA, M.Á. **Administração do Turismo**. Bauru: EDUSC, 1, 2002 (Coleção Turis)

AECID *et al.* **Projeto de desenvolvimento do setor turístico na área de influência do parque dos Lençóis Maranhenses - Maranhão - Brasil**. Agência Espanhola de Cooperação. Brasília, 2004

ALMEIDA, A.C. **A cabeça do brasileiro**. Rio de Janeiro: Record, 2007

AMATO NETO, J. **Redes de Cooperação Produtiva e Clusters Regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas, 2000

AÑAÑA, E. *et al.* Comunidades virtuais e segmentação de mercado: uma abordagem exploratória usando redes neurais e dados da comunidade orkut. In **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 1, p. 41-63, 2008

ANDRIOTIS, K. Scale of hospitality firms and local economic development - evidence from Crete. In **Tourism Management**, v. 23, n. 4, p. 333-341, 2002

ARRUDA, R. "Populações tradicionais" e a proteção dos recursos naturais em unidades de conservação. In **Ambiente & Sociedade**, v. 5, n. II, p., 1999

AUMANN, R.; HART, S.O. **Handbook of the game theory with economic applications** Holanda: Elsevier, 1, 1992

AXELROD, R. **The Evolution of Cooperation**. New York: Penguin Books, 1990

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2005

BARBETTA, P.A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: UFSC, 1998

BECATTINI, G. Os Distritos Industriais na Itália. In: COCCO, G. U., ANDRÉ; GALVÃO, ALEXANDER (ORGS) (org.). **Empresários e Empregos nos Novos Territórios Produtivos: o caso da terceira Itália**. Rio de Janeiro, 2002

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2003

BENKO, G. Distritos Industriais e Governança das Economias Locais: o caso da França. In **Interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local** v. 6, n. 9, setembro, p. 9-24, 2004

BESSANT, J.; FRANCIS, D. Using Learning Networks to Help Manufacturing Competitiveness. In **Technovation**, v. 19, n., p. 373-381, 1999

BINSWANGER, H.C. Fazendo a sustentabilidade funcionar. In: CAVALCANTI, C. O. (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, 1999, p.41-55

- BIRNBAUM, P. Conflitos. In: BOUDON, R. O. (org.). **Tratado de Sociologia**. Rio de Janeiro, 1995, p.247-282
- BISQUERRA, R. *et al.* **Introdução à Estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: Porto Alegre, 2004
- BNDES. **Arranjos Produtivos Locais e Desenvolvimento – versão preliminar**. Brasília, 2004
- BOBBIO, N. *et al.* **Dicionário de Política**. Brasília: UnB, 1, 1995
- BORGATTI, S.P. *et al.* Ucinet for Windows. **Software for Social Network Analysis**. Harvard:MA: Analytic Technologies, 2002
- BORGATTI, S.P.; JONES, C. Network Measures of Social Capital. In **Connections**, v. 21, n. 2, p. 36, 1998
- BOSCHI, R. **Arte da Associação: políticas de base e democracia no Brasil**, 1987
- BOSSSEL, H. **Indicators for Sustainable Development: Theory, Method, Applications. A report to the Balaton Group**. IISD (International Institute For Sustainable Development Institute International Du Développement Durable), 1999
- BRAMWELL, B.; LANE, B. (Eds). **Tourism Collaboration and Partnerships: Policies, Practice and Sustainability**. Clevedon: Channel View v., p. ed, 2000
- BUHALIS, D. Marketing the Competitive Destination of the future. In **Tourism Management**, v. 21, n., p. 97-116, 2000
- BURNS, P.M. **Turismo e Antropologia: uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002
- BURSZTYN, M. Armadilhas do progresso: contradições entre economia e ecologia. In **Revista Sociedade e Estado**, v. x, n. 1, p. 97 – 124, 1995
- BURSZTYN, M.A.; BURSZTYN, M. Desenvolvimento Sustentável: a biografia de um conceito. In: NASCIMENTO, E. P. do. V., JOÃO NILDO (ORGS.) (org.). **Economia, Meio Ambiente e Comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2006
- BUTLER, R. The concept of a tourist area life cycle of evolution: implications for the management of resources. In **Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980
- CAILLÉ, A. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. In **Revista Brasileira de Ciências Sociais [online]**, v. 13, n. 38, p., 1998
- \_\_\_\_\_. O princípio de razão, o utilitarismo e o antiutilitarismo. In **Sociedade e Estado**, v. 16, n. 1-2, p., 2001
- CALLENS, I.; TYTECA, D. Towards indicators of sustainable development for firms: a productive efficiency perspective. In **Ecological Economics** v. 28, n., p. 41–53, 1999
- CÂNDIDO, G. A formação de redes interorganizacionais como mecanismo para geração de vantagem competitiva e para promoção do desenvolvimento regional: o papel do Estado e das políticas públicas neste cenário. In **Revista Eletrônica de Administração**, v. 8, n. 4, p., 2002

CAPORALI, R.; VOLKER, P. **Metodologia de Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais: projeto PROMOS – Sebrae**. Brasília: Sebrae, 2004

CAPRA, F. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002

CARÚS-RIBALAYGUA, L. Destino Turístico Recreativo de Alta Montaña: modelos actuales de análisis y dirección estratégica. In **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v., n., p., 2003

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L.H. **Redes de Pequenas e Médias Empresas e Desenvolvimento Local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana**. . São Paulo: Atlas, 1999

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, M.H.M. O Enfoque em sistemas Produtivos e Inovações Locais. In: FISCHER, T. O. (org.). **Gestão do Desenvolvimento e Poderes Locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002

CASSON, M.; GIUSTA, M.D. Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective. In **International Small Business Journal**, v. 25, n. 3, June 1, 2007, p. 220-244, 2007

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999

\_\_\_\_\_. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000

CAVALCANTI, C. Políticas de Governo para o Desenvolvimento Sustentável. In **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, v., n., p. 21-40, 1999

CDS/UNB. **Carta de Potencialidades e Problemas do Turismo na Costa Norte**. Projeto Turismo Sustentável. Convênio MTUR, AECID, IABS. Brasília, 2008

CHIAVERSIO, M. *et al.* From Local Networks of SMES to Virtual Districts? Evidence from recent trends in Italy. In **Research Policy**, v. 33, n., p. 1509-1528, 2004

CLARKE, J. A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 5, n. 3, p., 1997

\_\_\_\_\_. Trade Associations: An Appropriate Channel for Developing Sustainable Practice in SMEs? In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 12, n. 3, p., 2004

CLAVER-CORTÉS, E. *et al.* Competitiveness in Mass Tourism. In **Annals of Tourism Research**, v. 34, n. 3, p. 727–745, 2007

COMISSIÓN EUROPÉA, U.E. **Estructura, funcionamiento y competitividad del turismo europeo y de suas empresas**. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo, 2003

COSER, L. **The functions of social conflict**: The Free Press, 1964

COSTA, M.T. As pequenas e médias empresas no desenvolvimento local: conceitos e experiências. In: GUIMARÃES, N.; MARTIN, S. (org.). **Competitividade e Desenvolvimento: atores e instituições locais**. São Paulo: SENAC, 2001, p.109-126. (Trabalho e Sociedade)

COTTRELL, S. *et al.* Measuring the Sustainability of Tourism in Manuel Antonio and Texel: a tourist perspective. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 12, n. 5, p., 2004



CURY, R. Logística Aplicada ao Turismo. In **Turismo: uma visão empresarial. RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs.)**, v., n., p., 2004

DALY, H. Políticas para o Desenvolvimento Sustentável. In: CAVALCANTI, C. O. (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, 1999, p.179-192

\_\_\_\_\_. Crescimento Sustentável? Não, obrigado. In **Ambiente e Sociedade**, v. 7, n. 2, p., 2004

DARHENDORF, R. **O conflito social moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 1992

DEWHURST, P.; HOROBIN, H. Small business owners. In: THOMAS, R. (org.). **The Management of Small Tourism and Hospitality Firms**. London/NY: Cassell, 1998, p.19-38

DOTTO, D.M.R.; WITTMANN, M.L. 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. In **VII Congresso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública**, v., n., p. 28-31, 2003

DRUMMOND, J.A. Conceitos básicos para a análise de situações de conflito em torno de recursos naturais. In: BURSTYN, M. (org.). **A Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001

DUARTE, L.M.; WHERMANN, M. Desenvolvimento e Sustentabilidade: desafios para o século XXI. **Revista CAR** 2002

DUARTE, R. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. In **Cadernos de Pesquisa [online]**, v. 115, n., p. 139-154, 2002

DWYER, L.; KIM, C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. In **Current Issues in Tourism**, v. 6, n. 5, p. 369-390, 2003

DYMOND, S.J. Indicators of Sustainable Tourism in New Zealand: A Local Government Perspective. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 5, n. 4, p., 1997

EVANS, N. *et al.* **Strategic Management of Travel and Tourism**. Oxford: Elsevier, 2003

FARAH JÚNIOR, M.F. Desenvolvimento Local e Comportamento dos Agentes econômicos: estratégias empresariais pró-ativas ou reativas? **Revista FAE**. 2: 13-22 p. 2001

FARIAS, J.S.; TEIXEIRA, R.M. A pequena e micro empresa e o meio ambiente: a percepção dos empresários com relação aos impactos ambientais. In **Organizações e Sociedade**, v. 9, n. 23, p., 2002

FARRELL, A.; HART, M. What does sustainability really mean? The search for useful indicators. In **Environment**, v. 40, n. 9, p., 1998

FLORES, M. O ciclo de vida do destino turístico: estudo de caso do Balneário de Búzios. In: CARVALHO, C. L. D. B., LUIS GUSTAVO (ORGS) (org.). **Discussões e propostas para o turismo no Brasil**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2006

FONT, X.; HARRIS, C. Rethinking standards from green to sustainable. In **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 4, p. 986-1007, 2004

FONTANELLA, B.J.B. *et al.* Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. In **Cad. Saúde Pública**, v. 24, n. 1, p., 2008

- FONTELES, J.O. **Turismo e Impactos Sócio-Ambientais**. São Paulo: Aleph, 2004
- FRANCO, M.J.B. Tipologia de processos de cooperação empresarial: uma investigação empírica sobre o caso português. In **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, p., 2007
- FREEMAN, L.C. Centrality in Social Networks: conceptual clarification. In **Social Networks**, v. 1, n., p. 215-239, 1979
- FREY, K. A dimensão político-democrática nas teorias de desenvolvimento sustentável e suas implicações para a gestão local. In **Ambiente & Sociedade** v., n. 9, p., 2001
- FYALL, A.; GARROD, B. From competition to collaboration in the tourism industry. In: THEOBALD, W. F. (org.). **Global Tourism**. Oxford: Butterworth Heinemann, 2005
- GALVÃO, O. Clusters e distritos industriais: estudos de casos em países selecionados e implicações de política. In **Planejamento e Políticas Públicas**, v., n. 21, p. 211-259, 2000
- GAMBETTA, D. Can We Trust Trust? . In: GAMBETTA, D. E. (org.). **Trust: Making and Breaking Cooperative Relations**. 213-237, 2000
- GARTNER, W. Small scale enterprises in the tourism industry in Ghanas's central region. In: PEARCE, D.; BUTLER, R. (org.). **Contemporary issues in tourism development**. London/NY: Routledge, 2002, p.158-175
- GERRANS, P.; HUTCHINSON, B. Sustainable development and small to medium-sized enterprises: a long way to go. In: HILLARY, R. E. (org.). **Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment: Business Imperatives** Greenleaf Publishing, 2000
- GILLINSON, S. **Why Cooperate? A Multi-Disciplinary Study of Colletive Action**. Overseas Development Institute Working, 2004
- GLASBERGEN, P. Setting the scene: the partnership paradigm in the making. In: GLASBERGEN, P.;BIERMANN, F.;MOL, A. (org.). **Partnerships, Governance and Sustainable Development: reflections on theory and practice**. UK: Edward Elgar Publishing, 2007
- GODBOUT, J. Introdução à dádiva. In **Revista Brasileira das Ciências Sociais**, v. 13, n. 38, p., 1998
- \_\_\_\_\_. **O Espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999
- GOELDNER, C. *et al.* **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002
- GOHN, M.D.G. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Loyola, 1997
- GOSS, D. **Small business and society**. London: Routledge, 1991
- GÖYMEN, K. Tourism and Governance in Turkey. In **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 4, p. 1025-1048, 2000
- GRANOVETTER, M. The Strengthof weak ties. In **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973

\_\_\_\_\_. Threshold Models of Collective Action. In **American Journal of Sociology**, v., n., p. 1420-1443, 1978

GRAY, B. The Process of Partnership Construction: Anticipating obstacles and enhancing the likelihood of successful partnerships for sustainable development. In: GLASBERGEN, P.;BIERMANN, F.;MOL, A. (org.). **Partnerships, Governance and Sustainable Development: reflections on theory and practice**. UK: Edward Elgar Publishing, 2007

GRAY, B. *et al.* Intractable Conflict: New Perspectives on the Causes and Conditions for Change. In **American Behavioral Scientist**, v. 50, n. 11, July 1, 2007, p. 1415-1429, 2007

GRIFFIN, T.; BOELE, N. Alternative paths to sustainable tourism: problems, prospects and pipe dreams. In: GO, F.;JENKINS, C. (org.). **Tourism and Economic Development in Asia and Australasia**. London: Cassell, 1997, p.322-337

GUIMARÃES, R.P. Desenvolvimento Sustentável: da retórica à formulação das políticas públicas. In **BECKER, Bertha K; MIRANDA, Mariana (orgs). A Geografia Política do Desenvolvimento Sustentável**, v., n., p. 13-44, 1997

GULATI, R. *et al.* **Strategic Networks**, 2004

HALL, C.M. **Planejamento Turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001

HALL, M.; RUSHER, K. Risky lifestyles? Entrepreneurial characteristics of the New Zealand Bed and Breakfast sector. In: THOMAS, R. (org.). **Small firms in tourism: international perspectives**. UK: Elsevier, 2004, p.84-96

HANSEN, M.; NOHRIA, N. How to Build Collaborative Advantage. In **MIT Sloan Management Review**, v. 46, n. 1, p., 2004

HARDI, P.; ZDAN, T. **Assessing sustainable development: principles in practice**. Winnipeg: IISD, 1997

HARDIN, G. The Tragedy of the Commons. In **Science**, v. 162, n., p. 1243-1248, 1968

HARRISSON, D. Sustainability and tourism: reflections from a muddy pool. In: BRIGUGLIO, L.;ARCHER, B.;JAFARI, J. W., G. (org.). **Sustainable Tourism in Islands and Small States: issues and policies**, 1996, p.69-89

HARSANYI, J. **Rational behaviour and bargaining equilibrium in games and social situations**. Cambridge: Cambridge University Press, 1977

HASSAN, S.S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. In **Journal of Tourism Research**, v. 38, n., p. 239-245, 2000

HASTENREITER FILHO, H.N.; SOUZA, C.M. Redes de Cooperação no Contexto das Políticas Públicas: Aspirações e Resultados dos Principais Programas Nacionais. **Encontro Nacional de Administração Pública e Governança**. Rio de Janeiro, 2004

HERRERA, A. (Eds). **A crise da espécie**. Que Crise é Essa? São Paulo: Brasiliense, v., p. 56-68, Que Crise é Essa?ed, 1984

HILLARY, R. **Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment: business imperatives** Greenleaf, 2000

- HOFFMANN, V.E.; COSTA, H.A. Competitividade Sistêmica em Destinos Turísticos: um estudo a partir da Cooperação, Confiança e Comunicação entre Micro e Pequenas Empresas. **XXXII Encontro da Anpad**. Rio de Janeiro, 2008
- HOPWOOD, B.M., MARY; O'BRIEN, GEOFF. Sustainable development: mapping different approaches. In **Sustainable Development**, v. 13, n. 1, p. 38, 2005
- HOROBIN, H.; LONG, J. Sustainable tourism: the role of the small firm. In **International Journal of Hospitality Management**, v. 8, n. 5, p. 15-19, 1996
- HOVINEN, G. Revisiting the destination lifecycle model. In **Annals of Tourism Research** v. 29, n. 1, p. 209-230, 2002
- HUNTER, C. Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm. In **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 4, p. 850-867, 1997
- \_\_\_\_\_. Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective. In: HARRIS, R. G., T.; WALL, G. (EDS) (org.). **Sustainable Tourism: a global perspective** Oxford, 2002, p.3-33
- HUXHAM, C. *et al.* The Oxford Handbook for Interorganizational Relations. In: HUXHAM, C.;EBERS, M.;CROOPER, S.;RING, P. (org.), 2008
- IBAMA. Parques Nacionais. [www.ibama.gov.br](http://www.ibama.gov.br). Acesso em 12/06/2006
- IBGE. **Cadastro Central de Empresas do IBGE - 2005**. Rio de Janeiro, 2005
- \_\_\_\_\_. Perfil Municipal. [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 20/01/2006
- \_\_\_\_\_. **Economia do Turismo: análise das atividades características do turismo 2003**. Rio de Janeiro, 2007
- INSTITUTO MARCA BRASIL *et al.* **Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional. Roteiro Integrado: Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses**. 2006
- IRVING, M. *et al.* SIMPARC: Desenvolvendo tecnologia social para a gestão de parques nacionais. **Encontro Nacional da Anppas**. Brasília, 2008
- JACOBI, P.R. Espaços públicos e práticas participativas na gestão do meio ambiente no Brasil. In **Sociedade e Estado**, v. 18, n. 1, p. 1-408, 2003
- JAMAL, T.B.; GETZ, D. Collaboration theory and community tourism planning. In **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 1, p. 186-204, 1995
- JARILLO, J.C. On Strategic Networks. In **Strategic Management Journal**, v. 9, n., p. 31-41, 1988
- JOHNSTON, R.J.; TYRRELL, T.J. A Dynamic Model of Sustainable Tourism. In **Journal of Travel Research**, v. 44, n., p., 2005
- KERLINGER, F.N. **Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: EPU, 1979
- KHANNA, T. *et al.* The Dynamics of Learning Alliances: competition, cooperation and relative scope. In **Strategic Management Journal**, v. 19, n., p. 193-210, 1998

- KO, J.T.G. Assessing Progress of Tourism Sustainability. In **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 3, p. 817-820, 2001
- KOPELMAN, S. *et al.* Factors influencing cooperation in common's dilemmas: a review of experimental psychological research. In: OSTROM, E. E. A. (org.). **The Drama of the Commons**. Washington: National Academic Press, 2002
- KRIESBERG, L. **Constructive conflicts: from escalation to resolution** Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2003
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: por uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2003
- LAGE, B.H.G.; MILONE, P.C. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2001
- LANIADO, R.N. Troca e reciprocidade no campo da cultura política. In **Sociedade e Estado** v. 16, n. 1-2, p., 2001
- LEFF, E. **Aventuras da Epistemologia Ambiental: da articulação das ciências ao diálogo dos saberes**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004
- LEIPER, N. Environmental impacts and ecosystems for tourism. In **Tourism Management**, v., n., p. 160-189, 1995
- \_\_\_\_\_. **Tourism Management**. London: Pearson Sprint Print, 2003
- LENZI, C.L. **Sociologia Ambiental: risco e sustentabilidade na modernidade**. Bauru: EDUSC, 2006
- LILJEROS, F. The web of human sexual contacts. In **Nature**, v. 411, n., p., 2001
- LIMA/COPPE/UFRJ, M.D.T.M. **Avaliação Ambiental Estratégica: linha de base aspectos do turismo na Costa Norte**. 2006
- LINS, H.N. Florianópolis: cluster turístico? In **Turismo em Análise**, v. 11, n. 2, p. 45-54, 2000
- LITTLE, P. Os Conflitos Socioambientais: um campo de estudo e ação política. In: BURSZTYN, M. O. (org.). **A Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**Garamond, 2001, p.107-122
- LIU, Z. Sustainable tourism development: a critique. In **Journal of Sustainable tourism** v. 11, n. 6, p., 2003
- LOCKE, R. Trust building. In **Econômica**, v. 3, n. 2, p. 253-281, 2001
- LOCKTOV; CLAGETT. **The Art of Mosaic Design: a collection of contemporary artists**. Gloucester: Rockport, 2002
- LOVELOCK, B. Why It's Good To Be Bad: The Role of Conflict in Contributing Towards Sustainable Tourism in Protected Areas. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 10, n. 1, p., 2002
- LUNAS, J.R.D.S. **Turismo Sustentável: descrição e avaliação da gestão do turismo de Bonito - MS**. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília Brasília, 2000.

\_\_\_\_\_. **Ecoturismo SA: sustentabilidade, dilemas e perspectivas do turismo na Serra da Bodoquena - MS.** (Doutorado). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

LUNDTORP, S.; WANHILL, S. The resort lifecycle theory: generating processes and estimation. In **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 4, p. 947–964, 2001

MACIEL, M.L. Confiança, capital social e desenvolvimento. In **Econômica**, v. 3, n. 2, p., 2001

MAINLY, B. **Multivariate Statistical Methods: a primer.** USA: Chapman & Hall, 2000

MAITLAND, R. Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors. In **The International Journal of Tourism Research**, v. 10, n. 1, p. 15, 2008

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** Porto Alegre: Bookman, 2001

MARSHALL, A. **Princípios de economia.** São Paulo: Abril Cultural, 1982

MARTELETO, R.M.; OLIVEIRA E SILVA, A.B.D. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. In **Ci. Inf.**, v. 33, n. 3, p. 41-49, 2004

MARTINS, G. **Estatística Geral e Aplicada.** São Paulo: Atlas, 2002

MATTOS, F.F.; IRVING, M.D.A. Delta do Parnaíba nos rumos do ecoturismo: um olhar a partir da comunidade local. In **Caderno Virtual de Turismo**, v. 3, n. 4, p., 2003

MCINTYRE, S.E. Como as pessoas gerem o conflito nas organizações: estratégias individuais negociais. In **Análise Psicológica**, v., n., p. 295-305, 2007

MDIC. **Arranjos Produtivos Locais.** 2006

MEADOWS, D. **Indicators and Information Systems for sustainable Development: a report to the Balaton Group.** Organization for Economic Co-operation and Development. Vermont, USA, 1998

MELO, G.M.D.; IRVING, M.D.A. Interpretação dos Conflitos como elemento para gestão de PARNAS na região de fronteira da Amazônia: temas de conflito no caso Vila Brasil. **Seminário sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social 2007**

MERTENS, F. *et al.* Network Approach for Analyzing and Promoting Equity in Participatory Ecohealth Research. In **Ecohealth**, v. 2, n., p. 1-15, 2005

MEYER-STAMER, J. Estratégias de Desenvolvimento Local e Regional: Clusters, Política de Localização e Competitividade Sistêmica. In **Policy Paper**, v., n. 28, p., 2001

MILLER, G. The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. In **Tourism Management**, v. 22, n. 4, p. 351-362, 2001

MOLINA-MORALES, F.X.H., VALMIR E. Aprendizagem através de redes sociais: o efeito da proximidade geográfica. **Revista Inteligência Empresarial**: 4 p. 2002

MOLINA, F. Jericoacoara: de vila de pescadores a destino internacional. In: CRUZ, R. D. C. (org.). **Geografias do turismo: de lugares a pseudolugares.** São Paulo: Roca, 2007

MOORE, W.W., PETER. The tourism area lifecycle and regime switching models. In **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 1, p. 112-126, 2005

MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005

MOTA, J.A. **O Valor da Natureza: economia e política dos recursos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001

MOTA, L.A.E. Dádiva e Sociabilidade no Brasil. In **Revista Antropológicas: religião, gênero e saúde**, v. 13, n., p., 2002

MTUR. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007**. Brasília, 2003

\_\_\_\_\_. **Plano Cores do Brasil: diagnóstico I e II**. Brasília, 2005

NASCIMENTO, E.P. do Os Conflitos na Sociedade Moderna: uma introdução conceitual. In: BURSZTYN, M. O. (org.). **A Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001, p.85-106

NORDIN, S. **Tourism clustering and Innovation: paths to economic growth and development**, 2003

NORDIN, S.; SVENSSON, B. The Significance of Governance in Innovative Tourism Destinations. **55th Aiest Conference: Innovation in Tourism** Brainerd/Minnesota (USA) 2005

NORGAARD, R. Valoração ambiental na busca de um futuro sustentável In: CAVALCANTI, C. O. (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, 1999, p.83-92

NORTH, D.C. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge Cambridge University Press, 1990

NORUSIS, M. **SPSS 11.0 Guide to Data Analysis**. New Jersey: Prentice Hall, 2002

NOVAES, R.C. **Cooperação e conflito nas águas da bacia do rio Paraíba do Sul: limites e possibilidades de gestão integrada no “trecho paulista”**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

NSSD. A Guide To Key Issues And Methods For Analysis. a prompt for status reviews and dialogues, National Strategies for Sustainable Development, 2006. [www.nssd.net](http://www.nssd.net)

NUNES, B.; MARTINS, P.H. Apresentação: dádivas e solidariedades urbanas. In **Sociedade e Estado** v. 16, n. 1-2, p., 2001

OCDE. **OCDE Small and Medium Enterprise Outlook**. 2002

\_\_\_\_\_. **Tourism in OECD Countries 2008**. 2008

OLAVE, M.E.L.; AMATO NETO, J. Redes de Cooperação Produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. In **Gestão & Produção**, v. 8, n. 3, p. 289-303, 2001

OLSON, M. **A Lógica da Ação Coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais**. São Paulo: EDUSP, 1999

OSTROM, E. **Governing the commons: the evolution of institutions for collective action**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990

\_\_\_\_\_. How types of goods and property rights jointly affect collective action. In **Journal of Theoretical Politics**, v. 15, n. 3, p. 239-270, 2003

PAGE, S.J. *et al.* Small business development and tourism: *terra incognita?* In **Tourism Management**, v. 20, n. 4, p. 435-459, 1999

PASQUALI, R. **Parcerias público-privadas na gestão dos serviços turísticos em Parques Nacionais: possibilidades para o Parque Nacional da Chapada dos Guimarães - MT**. Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camború, 2006. 138p

PEARCE, D. An Intellectual History of Environmental Economics. In **Annual Rev. Energy Environment**, v., n. 27, p. 57-81, 2002

PENA-VEGA, A. **O Despertar Ecológico: Edgar Morin e a ecologia complexa**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003

PEREIRA, J.C.R. **Análise de Dados Qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. São Paulo: USP, 2001

PNUD. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. 2006

POGGI E BORGES, M.; RUSCHMANN, D.V.D.M. Determinantes da Competitividade no Mercado Turístico: estudo da vantagem comparativa em Águas de São Pedro. In **Turismo em Análise**, v. 15, n. 2, p. 216-228, 2004

PORTAL DO MAR. **A Zona Costeira Cearense**. [www.portaldomar.org.br](http://www.portaldomar.org.br), 2006

PORTER, M. Clusters and the New Economics of Competition. In **Harvard Business Review**, v., n., p., 1998

POWELL, W.W. Neither Market nor Hierarchy: network forms of organization. In **Research of Organizational Behavior**, v. 12, n., p. 295-336, 1990

PRETTY, J. Social Capital and the Collective Management of Resources. In **Science**, v. 302, n., p., 2003

PRIMO, A. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. In **Revista de Comunicação e Cultura**, v. 3, n. 1, p. 38-74, 2005

PRODETUR CEARÁ BRASIL. **Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo**. Governo do Estado do Ceará. Fortaleza, 2002

PROOPS, J. *et al.* Realizando um mundo sustentável e o papel do sistema político na consecução de uma economia sustentável. In: CAVALCANTI, C. O. (org.), 1999, p.104-112

PUTNAM, R.D. **Comunidade e Democracia: experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 2006

PYKE, F.; SENGENBERGER, W. **Los distritos industriales y las pequenas empresas: distritos industriales y regeneracion economica local**, 3, 1993



\_\_\_\_\_. Distritos Industriais e Recuperação Econômica Local: questões de pesquisa e de política. In: COCCO, G. U., ANDRÉ; GALVÃO, ALEXANDER (ORGS) (org.). **Empresários e Empregos nos Novos Territórios Produtivos: o caso da terceira Itália**, 2002

RAMIREZ-RANGEL, H. Avaliando o terreno: fundamentos sociais e institucionais da cooperação da pequena empresa. In: GUIMARÃES, N.; MARTIN, S. (org.). **Competitividade e Desenvolvimento: atores e instituições locais**. São Paulo: Senac, 2001

RAPOPORT, A. **Lutas, Jogos e Debates**. Brasília: UnB, 1998

RICHARDS, G.; HALL, D. The community: a sustainable concept in tourism development. In: RICHARDS, G.; HALL, D. (org.). **Tourism and Sustainable Community Development**. London: Routledge, 2002, p.1-15

RICHARDSON, R.J.E.A. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999

RODRIGUES, A.M. A Utopia da Sociedade Sustentável. In **Ambiente e Sociedade** v. 2, n. 1, p. 133-138, 1998

RODRIGUES, C.G.D.O. **O uso do público nos parques nacionais: a relação entre as esferas pública e privada na apropriação da biodiversidade**. (Doutorado). Centro de Desenvolvimento Sustentável Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**. Campinas: Papyrus, 2002

RUSSELL, R.; FAULKNER, B. Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. In **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 556–579, 2004

SAARINEN, J. Traditions of sustainability in tourism studies. In **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 4, p. 1121-1140, 2006

SACHS, I. Em busca de novas estratégias de desenvolvimento. In **Estudos Avançados**, v., n., p., 1995

\_\_\_\_\_. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento Humano, Trabalho Decente e o Futuro dos Empreendedores de Pequeno Porte no Brasil**, 2002

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento Includente, Sustentável, Sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004

SANTA-RITA, T.G. Epistemologia básica para (re)pensar o meio ambiente. In: HERCULANO, S. (org.). **Meio Ambiente: questões conceituais**, 2000, p.157-178

SCHUMACHER, E.F. **O Negócio é ser Pequeno**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997

SCOTT, J.P. **Social Network Analysis: A Handbook**. London: Sage, 1991

SEBRAE. **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil** Brasília, 2004

\_\_\_\_\_. **Arranjos Produtivos Locais**. Sebrae, Promos. Brasília, 2005a

\_\_\_\_\_. **Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas**. Brasília, 2005b

\_\_\_\_\_. **Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil 2003–2005**. Brasília, 2007

SEBRAE *et al.* **Planejamento Roteiro Turístico Integrado: Jericoacoara, Delta do Parnaíba, Lençóis Maranhenses**. 2006

SELIN, S.; BEASON, K. Interorganizational Relations in Tourism. In **Annals of Tourism Research**, v. 18, n., p. 639-652, 1991

SELIN, S.; CHÁVEZ, D. Developing an Evolutionary Tourism Partnership Model. In **Annals of Tourism Research**, v. 22, n., p. 844-856, 1995

SHARPLEY, R. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 8, n. 1, p., 2000

SILVA, D.L.B. **Turismo em Unidades de Conservação: contribuições para uma prática de turismo mais sustentável no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses**. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

SIMMEL, G. **Conflict & the web of group-affiliations**. New York: Free Press, 1969

SINGER, P. Economia solidária versus economia capitalista. In **Sociedade e Estado** v. 16, n. 1-2, p., 2001

SMITH, A. *et al.* Small Firms and the Environment. In **Journal of Tourism Research**, v. 38, n., p. 239-245, 2003

SMITH, S.L.J. How Big, How Many? Enterprise Size Distributions in Tourism and Other Industries. In **Journal of Travel Research**, v. 12, n., p. 243-254, 2006

SONMEZ, S.F. *et al.* Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. In **Journal of Travel Research**, v. 38, n. 1, August 1, 1999, p. 13-18, 1999

SOUTO-MAIOR, A.P. **Business Strategies and interfirm cooperation intourism: an investigation to identify degrees of industrial behavior displayed by tourism related firms within a tourist destination region**. University of Technology of Sydney, Sydney, 2005.

STEAR, L. Notas resumidas sobre origens, rotas de viagens e destinos turísticos 1987

SUZIGAN, W. *et al.* Sistemas Locais de Produção: mapeamento, tipologia e sugestões de políticas. **XXXI Encontro Nacional de Economia** Porto Seguro, BA, 2003

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável: setor público e cenários geográficos**. São Paulo: Aleph, 2000

TEIXEIRA, A.C.C., (ORG.). **Os sentidos da democracia e da participação**: Instituto Pólis, 2005

THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES. **Robert Aumann Prize Lecture**. 2005a

\_\_\_\_\_. **Robert Aumann's and Thomas Schelling's Contributions to Game Theory: Analyses of Conflict and Cooperation**. 2005b

THEODORO, S.H.O.U.C.A. Uma Crise Anunciada. In: THEODORO, S. H. O. (org.). **Mediação de Conflitos Socioambientais**Garamond, 2005

THOMAS, R. An introduction to the study of small tourism and hospitality firms. In: THOMAS, R. (org.). **The management of small tourism and hospitality firms**. London/NY: Cassell, 1998, p.1-17

\_\_\_\_\_. International perspectives on small firms in tourism: a synthesis. In: THOMAS, R. (org.). **Small firms in tourism: international perspectives**. Uk: Elsevier, 2004, p.1-16

\_\_\_\_\_. Tourism partnerships and small firms: power, participation and partition. In **Entrepreneurship and Innovation**, v. 8, n. 1, p. 37-43, 2007

TRIVERS, J.; MILGRAN, S. A Experimental Study of the Small World Problem. In **Sociometry**, v. 32, n. 4, p. 425-443, 1969

TREMBLAY, P. The Economic Organization of Tourism. In **Annals of Tourism Research**, v. 25, n. 4, p. 837-859, 1998

UNEP. **Integrating sustainability into business: a management guide for responsible tour operations**. UNITED NATIONS ENVIROMENT PROGRAMME, 2005

URRY, J. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, 1999

VALENTE, T.W.; DAVIS, R.L. Accelerating the Diffusion of Innovations Using Opinion Leaders. In **The Annals of the American Academy AAPS**, v. 566, n., p., 1999

VALENTE, T.W.; PUMPUANG, P. Identifying opinion leaders to promote behavior changes. In **Health Education & Behavior**, v. 34, n. 6, p. 881-896, 2007

VALLEJO, L.R. Conflitos territoriais nos parques estaduais do Desengano, da Serra da Tiririca e da Ilha Grande, RJ. **III Seminário sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social 2007**

VALLS, J.-F. **Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2006

VAN BELLEN, H.M. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. Rio de Janeiro: FGV, 2005

VEIGA, J.E.D. **Meio Ambiente e Desenvolvimento**. São Paulo: SENAC SP, 2006

VERA-REBOLLO, J.F.; BAIDAL, J. Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torreveja, Spain. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 11, n. 2-3, p., 2003

VIEIRA, J.F.L. **Voucher único um modelo de gestão da atividade turística em Bonito - MS**. (Dissertação de Mestrado). Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2003.

VINHA, V.D. As empresas e o desenvolvimento sustentável: da eco-eficiência à responsabilidade social corporativa. In: MAY, P.;LUSTOSA, M. C.;VINHA, V. D. (org.). **Economia do Meio Ambiente**, 2003, p.173-195

WALL, G. Rethinking impacts of tourism. In: COOPER, C. W., STEPHEN (EDS). (org.). **Tourism Development: environment and community issues**, 1997, p.1-9

WALLE, A.H. Quantitative versus qualitative tourism research. In **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 3, p. 524-536, 1997

- WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994
- WASSERMAN, S.; GALASKIEWICZ, J. **Advances in Social Network Analysis: research on the social and behavioral sciences**. London/Delhi: Sage, 1994
- WATKINS, M.; BELL, B. The experience of forming business relationships in tourism. In **International Journal of Tourism Research**, v., n. 4, p. 15-28, 2002
- WATTS, D.; STROGATZ, S.H. Collective dynamics of 'small-world' networks. In **Nature**, v. 393, n. 4, p., 1998
- WEAVER, D.B. A Broad Context Model of Destination Development Scenarios. In **Tourism Management**, v. 21, n., p. 217-224, 2000
- WILKINSON, I.; MARCH, R. Conceptual tools for evaluating tourism partnerships In: SCOTT, N.;BAGGIO, R.;COOPER, C. (org.). **Network analysis and Tourism: from theory to practice**. London: Chanel View Publications, 2008
- WORLD BANK. **Tourism: An Opportunity to Unleash Shared Growth in Africa**. 2006
- WTO. **Indicators of sustainable development for tourism destinations**. Madrid, 2004
- \_\_\_\_\_. **Emerging Tourism Markets – The Coming Economic Boom**. 2008
- WTTC. **Tourism Sattelite Account**. 2007
- XIMENES, T. A gestão de recursos naturais de uso comum e tipos de conflitos. **III Encontro da ANPPAS**. Brasília, 2006
- ZIMMERMANN, A. **Visitação dos Parques Nacionais: um estudo à luz das experiências do Equador e da Argentina**. (Dissertação de mestrado). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

## Apêndice A: Entrevistados na etapa exploratória

Período: Outubro a Dezembro de 2006

Organização <sup>127</sup>	LOCAL	
<b>PIAUI - REGIÃO DO DELTA</b>		
1	Gestor do Roteiro Integrado Sebrae PI	Teresina
2	Representante PIEMTUR no Roteiro Integrado	Teresina
3	CEPAC	Teresina
4	Presidente da Associação das Rendeiras	Ilha Grande - Parnaíba
5	Aimberê Ecoresort	Luís Correia
6	Empresário de barraca de praia	Luís Correia
7	Gerente do Islamar Hotel de charme	Luís Correia
8	Secretaria de Meio Ambiente	Parnaíba
9	PIEMTUR diretora do escritório Parnaíba	Parnaíba
10	Proprietários de receptivo - Clip turismo	Parnaíba
11	Nativo piloto de barco turístico	Parnaíba
12	Motorista de receptivo	Parnaíba
<b>CEARÁ - REGIÃO de JERICOACOARA</b>		
13	Associação dos Bugueiros e micro empresário de receptivo	Jericoacoara
14	Trabalhadora Jeri off Road	Jericoacoara
15	Gerente Resort Boa vista	Camocim
16	Receptivo Inc Camocim	Camocim
17	Hotel Ilha do Amor	Camocim
18	Bugueiro	Jericoacoara
19	Garçonete Café do Brasil	Jericoacoara
20	Receptivo Jeri off Road	Jericoacoara
21	Gerente Pousada do Norte	Jericoacoara
22	IBAMA Parna Jericoacoara	Jericoacoara
23	Prodetur CE Gerente de Meio Ambiente	Fortaleza
24	Sebrae CE Gerente Roteiro Integrado CE	Fortaleza
25	Gerente Sebrae Nacional do projeto Roteiro Integrado CEPIMA	Brasília
26	Consultora do Sebrae para o projeto Roteiro Integrado CEPIMA	Brasília
27	Presidente do Fórum de Pescadores e Pescadoras do Litoral Cearense (FPPLC)	Brasília
28	Instituto Terra Mar Fórum de Defesa da Zona Costeira Cearense Portal do Mar	Brasília

<sup>127</sup> Os nomes foram omitidos para zelar pela privacidade dos entrevistados.

<b>MARANHÃO - REGIÃO DOS LENÇÓIS</b>		
29	Proprietários da Pousada Jagatá	Tutóia
30	Pescador e barqueiro	Tutóia
31	Diretora de Turismo Presidente da Associação das Artesãs e do Conselho Comunitário	Paulino Neves
32	Secretário de Meio Ambiente	Paulino Neves
33	Guia de Turismo	Paulino Neves
34	Toyoteiro Barreirinhas	Barreirinhas
35	Proprietário de Empresa de Receptivo	Barreirinhas
36	Proprietária de Empresa de Receptivo	Barreirinhas

## Apêndice B: Entrevistados na etapa qualitativa

**Período: Maio de 2008**

Organização	LOCAL
<b>PIAUI - REGIÃO DO DELTA (de 19/05/2008 a 22/05/2008)</b>	
1	Sebrae – gerente do roteiro integrado Parnaíba
2	Casa do Caboclo e Associação de Moradores de Canárias Ilha das Canárias (pertence ao município de Araisos)
3	Pescador e Vice-presidente da Associação dos Pescadores da comunidade de Morro do Meio Ilha das Canárias (pertence ao município de Araisos)
4	Voluntárias da Associação do Barro Vermelho de Ilha Grande Ilha Grande
5	ITCP Ilha Grande
6	Professora e coordenadora de Turismo da UFPI Parnaíba
7	RESEX do Delta (chefe) Parnaíba
8	ADRS – Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável Parnaíba
9	Proprietário Authentic Adventure Off Road Parnaíba
10	UFPI PRODEMA: pesquisadoras Mestrado PRODEMA Parnaíba
11	Pesquisadora no Delta da UFRJ Brasília
12	Gerente Clip turismo Parnaíba
13	Gerente Projeto Peixe-Boi (IBAMA) Cajueiro da Praia
14	Hotel Delta – gerente Parnaíba
<b>CEARÁ - REGIÃO de JERICOACOARA (de 12/05/2008 a 19/05/2008)</b>	
15	Presidente Associação dos Moradores de Tatajuba (ACOMOTA) Camocim
16	Nativo do Córrego da Forquilha e vigilante de pousada em Jericoacoara Jericoacoara
17	Gerente By Boogie receptivo e participante grupo cultural Capoeira Jericoacoara
18	Proprietária Café Beco Doce Jericoacoara
19	Presidente Conselho Comunitário Jericoacoara
20	Nativa de Mangue Seco e trabalhadora loja de artesanato na praia de Jeri Jericoacoara
21	ICMBIO Jeri Jericoacoara
22	Técnica da Secretaria de Turismo de Camocim Camocim
23	Infotour receptivo e agência de viagem – proprietária Jericoacoara
24	ITCP Jericoacoara Jericoacoara
25	Proprietária de empresa de hospedagem familiar e receptivo turístico Jericoacoara
26	Empresário de receptivo – Praia do Preá Cruz
27	Motorista de bugues nativo do Preá Cruz
28	Trabalhadora pousada Masai Mara Jericoacoara
29	Sócio da Pousada Jeribá, proprietário da loja de artesanato Meia Lua Jericoacoara

30	Pousada Masai Mara proprietário/arrendatário	Jericoacoara
31	Secretaria de Turismo de Barroquinha	Barroquinha
32	Professora da UECE (Núcleo de Turismo)	Fortaleza
<b>MARANHÃO - REGIÃO DOS LENÇÓIS (de 21/05 a 29/05/2008)</b>		
33	AMAVIDA – Associação Maranhense para a conservação da Vida	São Luís
34	Associação de Guias do Povoado da Cardoso	Barreirinhas - Cardoso
35	Associação de Moradores do Povoado da Cardoso	Barreirinhas
36	Gerente Barratur turismo	Barreirinhas
37	CONTUR – representante dos meios de hospedagem, gerente do hotel Encantos do Nordeste (pousada e receptivo) e Bambaé – restaurante	Barreirinhas
38	Cooperativa de Artesãs de Fibra de Buriti do Povoado de Mandacaru	Barreirinhas
39	Presidente Cooperativa de Toyotas – Cootalmar	Barreirinhas
40	D. Maria restaurante e pousada (gerente e nativa de Barreirinhas)	Barreirinhas
41	Ethos assessoria e planejamento	São Luís/ Paulino Neves
42	Freeway turismo	Barreirinhas
43	Giltur – pousada e receptivo - proprietário	Barreirinhas
44	Maranhão Turismo – receptivo	Barreirinhas
45	Pousada do Buriti - gerente	Barreirinhas
46	Pousada Girassol – gerente e proprietário	Barreirinhas
47	Pousada Jagatá e Grupo gestor de Empresários de Turismo de Tutóia	Tutóia
48	Pousada Lins	Barreirinhas
49	Pousada Oásis dos Lençóis	Paulino Neves
50	ex-secretário de Meio Ambiente e Turismo; Prefeitura	Paulino Neves
51	São Paulo Turismo - gerente	Barreirinhas
52	Sebrae Regional - gerente regional, gerente turismo	Barreirinhas
53	Motorista autônomo em Barreirinhas	Barreirinhas



## Apêndice C: Detalhamento sobre o universo da pesquisa

Tabela C1 - Evolução do universo do *survey*

Local	Universo preliminar	Excluídas I	Excluídas II	Incluídas	Universo Final
Barreirinhas	68	10	4	17	71
Parnaíba	66	11	12	4	47
Jericoacoara	106	27	1	40	117
<b>Total</b>	<b>240</b>	<b>48</b>	<b>17</b>	<b>61</b>	<b>235</b>

Fonte: pesquisa da autora

Universo preliminar: total de empresas das atividades estabelecidas presentes nas listagens e dentro da cobertura geográfica estipulada

Excluídas I: inoperantes ou inexistentes no endereço informado

Excluídas II: alegaram morador como principal cliente, em detrimento de turistas e/ou viajantes

Incluídas: empresas encontradas na verificação em campo que atendiam aos critérios de atividade e localização

Universo final: micro e pequenas empresas do turismo dos destinos-âncora da Costa Norte

Tabela C2 – Universo e respondentes válidos

Local	Universo Final	Respondentes	Respondentes válidos
Barreirinhas	71	62	61*
Parnaíba	47	42	42
Jericoacoara	117	110	110
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>214</b>	<b>213</b>

\*1 questionário foi invalidado porque mais de 50% das questões ficaram sem resposta

Fonte: pesquisa da autora

Tabela C3 - Detalhamento dos não-respondentes do *survey* por cidade

Local	Proprietário/gerente não disponível após 3 visitas	Recusou-se a responder	Proprietário/gerente já havia respondido para outro negócio	Total
Barreirinhas	4	2	3	9
Parnaíba	2	1	2	5
Jericoacoara	4	1	2	8
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>21</b>

Fonte: pesquisa da autora

## Apêndice D: MPE participantes do survey

Localização:

- Numeração de 1 a 61: Barreirinhas
- Numeração de 62 a 103: Parnaíba
- Numeração de 104 a 213: Jericoacoara

	<b>Nome da Empresa</b>
1	São Paulo Turismo
2	Rest. Barlavento/Carlão
3	Rest. Terraço do Preguiças
4	Pousada D'Areia
5	Pousada Gomes
6	Pousada Lins
7	Pousada Boa Vista
8	Pousada Encantes do Nordeste
9	Pousada Oásis
10	Pousada Mapi
11	Pousada Encanto dos Lençóis
12	Pousada Nicole
13	Pousada e Rest Terral
14	Pousada Belo Horizonte
15	Pousada Lagoa Bonita
16	Pousada Igaporé
17	Pousada Caetés
18	Pousada Rest. Murici
19	Rest. Bela Vista
20	Pousada Rest Rio Preguiças
21	Pousada Girassol
22	Rest. Ícaros (Solare Hot
23	Pousada Paraíso dos Guarás
24	Parknático dos Lençóis
25	Porto Preguiças Resort
26	Preguiças Riverside Hotel
27	Churrascaria Rei do Gado
28	Pousada Sossego do Cantinho
29	Hotel Pous Paraíso das Água
30	Pousada São José
31	Dunas Flat
32	Pousada Deusa
33	Santos Transporte e Turismo
34	Pousada e Rest Dona Maria
35	Hotel REst Paraíso
36	Cabana dos Lençóis Churrascaria
37	Operatur
38	Porto Turismo
39	Pousada do Mirante
40	Pousada Porto Buriti
41	Pousada do Paturi
42	Península do Caburé - Restaurante
43	Pousada Lençóis Jeri

44	Eco Dunas
45	Rota das Trilhas Turismo
46	Off Road Adventure
47	Barratur Turismo
48	Pizzaria Veneza
49	Hotel Pousada Beira Rio
50	Santur Viagens Turismo
51	COOTALMAR
52	Churrascaria Bom Gosto
53	Restaurante Marina Tropical
54	Pousada Tia Cota
55	COOPERNÁUTICA
56	Brisa Mar Pousada
57	Tropical Adventure
58	Pousada do Rio
59	Tá Delícia Self Service
60	Ressaca Drinks e Petiscos
61	Freeway-MA
62	Casa do Turismo Agência
63	Water Way Tour
64	Caranguejo Expresso
65	Pratagi
66	Confraria do Paladar
67	Comilão
68	Clip Ecoturismo
69	Igaratur
70	Parnatur
71	Macapá Turismo
72	Ecoadventure
73	Aventur
74	Hotel Cívico
75	Moraes Brito Viagens Turismo
76	Restaurante O Getúlio
77	Restaurante La Barca
78	Restaurante Varanda
79	Pousada Sol Caliente
80	Hotel Delta
81	Churrascaria O Lourival
82	Restaurante Gaúcho
83	Frangobar Restaurante
84	Pousada Avenida
85	Pousada dos Ventos
86	Pousada Litorânea
87	Hotel Pousada do Sol

88	Hotel Mar das Gaivotas
89	Hotel Pousada Mirage
90	Pousada Chalé Suíço
91	Pousada Residencial
92	Pousada Litoral+ Toca do Coelho
93	Kim do Caranguejo
94	Pousada São Francisco
95	Pousada Igaráçu
96	Pousada Porto das Barcas
97	Natur Turismo
98	Pousada Rio Mar
99	Hotel Pousada Parnamar
100	Hotel N. Sra. de Lourdes
101	Pousada Potiguar
102	Restaurante Mirante
103	Restaurante Flor de Liz
104	Portal das Trilhas
105	Jeri Dunas Off Road
106	Pousada da Renata
107	Pousada Paraíso
108	Pousada Masai Mara
109	Natural Alecrin da Terra
110	Cooperativa dos bugueiros de Jeri
111	Restaurante Sabor Caipira
112	Vila dos Ipês
113	Restaurante Estrela do Mar
114	Pousada Jeri Mar LTDA
115	Pousada Surfing Jeri
116	Pousada Zé Patinha
117	Pousada Caju
118	Quero pizza
119	Bistrôgonoff
120	Pousada Tirol
121	Associação de Bugues de Jericoacoara
122	Aqua Chili Pousada
123	Pousada Jeribá
124	Pousada Capitão Tomaz
125	Restaurante Cantina Jeri
126	Restaurante Nativo
127	Pousada do Mauricio
128	Restaurante Sapão
129	Five Stars
130	Pousada Atlantis
131	Pousada Papaya
132	Pousada Chalé das Dunas
133	Pousada Peixe D´ouro
134	Pousada Bangaló
135	Sky
136	Bar e Restaurante Alexandre

137	Bar e Restaurante Isabel
138	Bar da Praia
139	Jeri Empreendimentos Turísticos
140	Pousada Pedra Furada
141	Pousada Wind Jeri
142	Restaurante Chocolate
143	Camila Suite
144	Restaurante e creperia Taverna
145	Restaurante Naturalmente
146	Casa das Trufas
147	Curral do Espetinho
148	Sabor a Lenha
149	Café Brasil
150	Restaurante Girassol
151	Piccolo Café
152	Dona Amélia Restarurante
153	Pousada Santa Luzia
154	Carcará Restaratne
155	Restaurante pousada Marisol
156	Pousada da Juventude
157	Recanto do barão pousada e
158	Pousada Indaia
159	Pousada Papagaio
160	Pousada Iracema
161	Pousada seu Tirinha
162	Pousada Hipopotamo
163	Pousada Jericó
164	Pousada Lua Nova
165	Restaurante Sabor da Terra
166	Pousada Naquela Jericoacoara
167	Pousada Max Italia
168	Pousada Nova Era
169	Restaurante Gais
170	Pousada Casa de Areia
171	Hannah Beach pousada
172	Pousada Ibiscos
173	Pousada Maria Bonita
174	Oca do índio restaurante
175	Jacaré Trilhas e Dunas
176	Restaurante Rústico e acústico
177	By Boogie
178	Pousada Ponta Mar
179	Pousada Estrela D´alva
180	Jeri e&c viagens e Turismo
181	Pousada Zé Bento
182	Restaurante Cata Ventos
183	Pousada Rosa dos Ventos
184	Big Lanches e Restaurante
185	Jerisampa Café
186	Jeri Village Hotel
187	Lo Sfizietto Restaurante Italiano

188	Pousada Chalés dos Ventos
189	Azul Pousada
190	Pousada Cabana
191	Pousada caminho da praia
192	Pousada Casa do Turista
193	Pousada do Norte
194	Pousada Por-do-sol
195	La Villa Jericoacoara
196	Pousada Creoulo
197	Pousada Tropical Brasil
198	Pousada Casa do Angelo
199	Pousada Casa Nostra
200	Pousada Ibirapuera
201	Pizzaria e creperia Cantinho da Pizza

202	Jeri Infor Tour
203	Pousada Suíça Brasileira
204	Associação dos Cavaleiros de Jeri (ACJ)
205	Vila Kalango e restaurante
206	Isalana Praia Hotel
207	Jeri-off road
208	Pousada Mar a Vista
209	Pousada Solar da Malhada
210	Pousada Senzala dos Amigos
211	Pousada do Véio
212	Pousada Sol Nascente
213	Vila Jeri

## Apêndice E: Instrumento de coleta de dados do survey

<b>Nome do entrevistador:</b>		
<b>Local:</b> <input type="checkbox"/> 1. Jericoacoara <input type="checkbox"/> 2. Parnaíba <input type="checkbox"/> 3. Barreirinhas		
<b>Data:</b>	<b>Horário de início da entrevista:</b>	
<i><b>Apresentação - Entrevistador diz com naturalidade:</b> Bom dia/boa tarde. Estou apoiando o CDS/UnB em uma pesquisa sobre as relações entre micro e pequenas empresas na Rota das Emoções. Sua empresa foi escolhida para participar deste levantamento que será muito importante para conhecer a realidade das empresas do turismo na região. A entrevista está prevista para durar 20 minutos, mas fique a vontade para se expressar sobre os assuntos abordados.</i>		
<b>BLOCO 1 – TRAJETÓRIA DA EMPRESA</b>		
<b>0. Qual sua função na empresa:</b>		
<input type="checkbox"/> 1. Proprietário/sócio	<input type="checkbox"/> 2. Gerente (apenas caso o proprietário não trabalhe na empresa ou não more na cidade)	
<b>1. Assinale a atividade principal do negócio:</b>		
<input type="checkbox"/> 1. Hospedagem	<input type="checkbox"/> 2. Agência de receptivo	<input type="checkbox"/> 3. Alimentação
<input type="checkbox"/> 4. Transporte (toyota, bugue, barco)	<input type="checkbox"/> 5. Hospedagem e alimentação	<input type="checkbox"/> 6. Outra. Qual?
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
<b>2. A maior parte dos clientes da sua empresa é:</b>		
<input type="checkbox"/> 1. Turista regional (mesmo estado ou Nordeste)	<input type="checkbox"/> 2. Turista nacional (outros estados sem ser Nordeste)	
<input type="checkbox"/> 3. Turista internacional	<input type="checkbox"/> 4. Viajante a trabalho	
<input type="checkbox"/> 5. Morador ( <b>PARAR QUESTIONÁRIO. Agradecer!</b> )		
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
<b>3. Os gastos de turistas a lazer representam quanto do seu total de vendas por ano?</b>		
<input type="checkbox"/> 1. Quase nada	<input type="checkbox"/> 2. Menos da metade	<input type="checkbox"/> 3. Metade
<input type="checkbox"/> 4. Mais da metade	<input type="checkbox"/> 5. Todo	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
<b>4. A maior parte dos seus turistas a lazer vêm:</b>		
<input type="checkbox"/> 1. Por conta própria	<input type="checkbox"/> 2. Em pacotes vendidos por operadoras	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
<b>5. Desde que ano a empresa funciona (formal ou informalmente)?</b>		
Resposta:	<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
<b>6. Quantos funcionários trabalham na empresa (diretamente):</b>		
1. Na baixa estação:	2. Na alta estação:	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
<b>7. Apenas para proprietários (se não for, marcar não se aplica): O senhor (a) abriu o seu negócio por qual razão principal? (esperar a resposta e buscar a melhor alternativa. Se não tiver certeza, ler as opções e pedir que o entrevistador escolha uma, marcar X)</b>		

<input type="checkbox"/> 1. Turismo é o negócio <b>mais lucrativo</b> aqui				
<input type="checkbox"/> 2. Buscava uma <b>vida mais calma</b>				
<input type="checkbox"/> 3. Precisava aproveitar o que eu <b>já tinha</b> aqui (terreno, barco, carro, loja..)				
<input type="checkbox"/> 4. Já tinha <b>experiência</b> no turismo				
<input type="checkbox"/> 5. Outra:				
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 88 Não se aplica	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<b>8. Há quantos anos o senhor(a) mora aqui na cidade?</b>				
1. Resposta: anos	<input type="checkbox"/> 2. Não mora aqui	<input type="checkbox"/> 3. Nasci e sempre morei aqui		
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu			
<b>9. Por quanto tempo ainda pretende ficar aqui?</b>				
1. Resposta: anos	<input type="checkbox"/> 2. Para sempre			
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu			
<b>10. O senhor trabalha em outra atividade além deste negócio?</b>				
<input type="checkbox"/> 1. Não trabalho em outra atividade				
<input type="checkbox"/> 2. Tenho outro negócio. Qual?				
<input type="checkbox"/> 3. Tenho outro emprego. Qual?				
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu			
<b>11. Sua empresa (você ou funcionários) já participou de cursos de qualificação? <input type="checkbox"/></b>				
1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is):				
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu			
<b>BLOCO 2 – RELAÇÕES NO DESTINO (AMBIENTE)</b>				
<i>Agora vamos falar dos relacionamentos das empresas que trabalham com turismo da cidade: entre elas e delas com governo local, com associações, etc..</i>				
<b>12. Vou ler as frases e o (a) senhor (a) deve dizer se concorda ou discorda. 1 Concordo; 2 Discordo; 77 Não sabe; 99 Não respondeu</b>				
1. Os empresários do turismo preferem resolver seus problemas junto com outros empresários da cidade	1	2	77	99
2. Existem problemas entre os empresários do turismo nativos e os que vieram de fora	1	2	77	99
3. As diferenças de opiniões entre empresários do turismo são facilmente resolvidas	1	2	77	99
4. Existem problemas entre empresários do turismo que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos	1	2	77	99
5. Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários do turismo da cidade	1	2	77	99
6. A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade	1	2	77	99
7. As associações de empresários são ativas na cidade (Se marcar 1, ir para q. 13. Se marcar 2, ir para q. 14)	1	2	77	99
<b>13. Quais são estas associações de empresários ativas na cidade?</b>				

<b>14. Quando existe mais desentendimento entre os empresários do turismo da cidade? (ler opções)</b> <input type="checkbox"/> 1. Na alta estação <input type="checkbox"/> 2. Na baixa estação <input type="checkbox"/> 3. Não muda					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<b>15. Existe algum tipo de problema/desentendimento entre empresários de turismo e órgãos ambientais?</b> <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei <input type="checkbox"/> 99 Não respondeu					
<b>16. Existe algum tipo de problema/desentendimento entre empresários de turismo e a comunidade/moradores?</b> <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<b>17. Existe algum tipo de problema/desentendimento entre empresários de turismo e a Prefeitura?</b> <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?					
<b>BLOCO 3 – RELAÇÕES DA EMPRESA: agora vamos falar da sua empresa...</b>					
<b>18. Você é convidado para iniciar uma associação de pequenas empresas locais do turismo, você:</b> (Citar as opções.)					
<input type="checkbox"/> 1. Não participa porque acha que não vai dar em nada					
<input type="checkbox"/> 2. Não participa porque não tem tempo					
<input type="checkbox"/> 3. Participa, depois de ver resultados			<input type="checkbox"/> 4. Participa de qualquer maneira		
<input type="checkbox"/> 5. Outro:					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<b>19. Agora eu vou ler para o senhor(a) algumas frases e quero que o senhor me diga se isso acontece: 1 SEMPRE; 2 ÀS VEZES; ou 3 NUNCA.</b> (Se falar sim, perguntar se sempre ou às vezes.)					
<i>Entenda empresas do turismo como: hotéis, pousadas, receptivos e restaurantes) da cidade. SUA EMPRESA (ênfasis para o entrevistado):</i>					
1. Faz compras conjuntas com outras empresas da cidade diretamente de fornecedores	1	2	3	77	99
2. Monta pacotes em conjunto com outras empresas locais para operadoras ou turistas	1	2	3	77	99
3. Participa com outras empresas de ações para cuidar/preservar o (Parque/APA/RESEX)	1	2	3	77	99
4. Participa com outras empresas de ações para divulgar a cidade (folders, anúncios, websites, eventos)	1	2	3	77	99
5. Participa com outras empresas de ações de educação/cultura para a comunidade	1	2	3	77	99
6. Participa com outras empresas para a educação ambiental	1	2	3	77	99

do turista					
7. Organiza treinamentos de funcionários junto com outras empresas	1	2	3	77	99
8. Tem ações com outras empresas para melhorar a segurança do turista	1	2	3	77	99
9. Contribui junto a outras empresas para construir/melhorar infra-estrutura da cidade (estradas, placas, praças...)	1	2	3	77	99
10. Faz manutenção de equipamentos (carros, barcos, equipamentos do hotel, etc) junto com outras empresas	1	2	3	77	99
11. Indica outras empresas para o turista	1	2	3	77	99
12. Participa de conselhos municipais de turismo/meio ambiente/educação, etc..	1	2	3	77	99
13. Participa de parcerias com outras empresas de turismo da região (Rota das Emoções)	1	2	3	77	99
<i>Se respondeu não ou não sei para todas, pular para conflitos (q. 23). Caso tenha respondido Sim ou às vezes para alguma questão, ir para q. 20:</i>					
<b>20. Para estas ações, quem são seus principais parceiros?</b> (nome da empresa ou instituição e cidade: Barreirinhas, Jeri, PHB, etc..)					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei <input type="checkbox"/> 99 Não respondeu					
<b>21. Citar ações feitas pelas empresa (marcadas com 1 ou 2 no quadro anterior) Por que decidiu participar destas ações?</b> (Esperar resposta e marcar a alternativa mais adequada. Se não souber responder, ler opções e aceitar mais de uma resposta)					
<input type="checkbox"/> 1. Para diminuir os custos da empresa			<input type="checkbox"/> 5. Para preservar os atrativos turísticos (Parque, APA)		
<input type="checkbox"/> 2. Para atrair mais turistas			<input type="checkbox"/> 6. Para me realizar pessoalmente		
<input type="checkbox"/> 3. Para ajudar a comunidade			<input type="checkbox"/> 7. Outra razão:		
<input type="checkbox"/> 4. Para melhorar o serviço ao turista			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<b>22. Quais os resultados alcançados por estas ações?</b> (Esperar resposta e marcar. Se não souber responder, ler opções. Aceitar mais de uma resposta)					
<input type="checkbox"/> 1. Mais respeito às leis ambientais no Parque/Apa					
<input type="checkbox"/> 2. Melhorou infra-estrutura (acesso, esgoto, lixo, limpeza urbana)					
<input type="checkbox"/> 3. Mais trabalho para pessoas da cidade					
<input type="checkbox"/> 4. Aumentou lucro			<input type="checkbox"/> 5. Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong, etc.		
<input type="checkbox"/> 6. Outro(s):					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
<b>23. Quando existem mais ações conjuntas/parcerias entre os empresários do</b>					

<b>turismo da cidade?</b> <input type="checkbox"/> 1. Na alta estação <input type="checkbox"/> 2. Na baixa estação	
<input type="checkbox"/> 3. Não muda	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
<b>24. Com quem são os seus principais desentendimentos?</b> (ler opções e marcar, pode marcar mais de uma opção)	
<input type="checkbox"/> 1. Empresas do turismo da cidade	<input type="checkbox"/> 6. Governo municipal
<input type="checkbox"/> 2. Empresas de outros setores	<input type="checkbox"/> 7. Órgão ambiental
<input type="checkbox"/> 3. Empresas de outras cidades	<input type="checkbox"/> 8. Comunidade/moradores
<input type="checkbox"/> 4. Cooperativas	<input type="checkbox"/> 9. Ong ambiental
<input type="checkbox"/> 5. Autônomos do turismo (guias, motoristas,...)	<input type="checkbox"/> 10. Outro(s):
<input type="checkbox"/> 11 Não tenho problemas com ninguém ( <b>FINALIZAR A ENTREVISTA</b> )	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
<b>25. Por que aconteceram estes problemas/desentendimentos?</b>	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
<b>26. Houve tentativa de solucionar?</b> <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
<b>27. Quais foram os resultados destes problemas/desentendimentos?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Mais desentendimento entre os participantes	
<input type="checkbox"/> 2. Formação/fortalecimento de grupos ou associações	
<input type="checkbox"/> 3. Quebra de associações	
<input type="checkbox"/> 4. Melhorias para a cidade	
<input type="checkbox"/> 5. Perda de negócios para as empresas	
<input type="checkbox"/> 6. Perda de chances de melhorar a cidade	
<input type="checkbox"/> 7. Outro(s):	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu

Agradecer pela entrevista e pedir os dados cadastrais.

<b>BLOCO 4 – DADOS CADASTRAIS</b>	
<i>Entrevistador: Para finalizar, gostaria de pegar alguns dados. Será importante para receber retorno sobre os resultados desta pesquisa e para que o supervisor da pesquisa possa entrar em contato em caso de dúvidas. <b>As opiniões não serão identificadas, ou seja, não serão relacionadas ao seu nome ou nome da sua empresa no estudo.</b></i>	
<b>28. Nome da empresa:</b>	
<b>29. Possui CNPJ:</b> <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim.	
<b>30. Anos de atuação da empresa</b> (preencher depois a partir da Q5):	
<b>31. Média de funcionários da empresa</b> (preencher depois a partir da Q6): (somar alta estação + baixa estação e dividir por 2)	
<b>32. Nome do entrevistado:</b>	
<b>33. Natural de</b> (cidade e estado):	
<b>34. Idade:</b>	
<b>35. Gênero</b> (não perguntar):	
<input type="checkbox"/> 1. Feminino <input type="checkbox"/> 2. Masculino	
<b>36. Escolaridade:</b>	
<input type="checkbox"/> 1. 1º grau incompleto	<input type="checkbox"/> 2. 1º grau completo
<input type="checkbox"/> 3. 2º grau incompleto	<input type="checkbox"/> 4. 2º grau completo
<input type="checkbox"/> 5. Superior	<input type="checkbox"/> 6. Outro:
<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
<b>37. Endereço da empresa</b> (se tiver folder/material/cartão, preencher depois):	
Rua/Nº:	
Bairro:	CEP:
<b>38. Telefone:</b>	
<b>39. E-mail:</b>	
<b>40. Deseja receber retorno por email sobre os resultados da pesquisa?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Não	<input type="checkbox"/> 2. Sim
<b>BLOCO 5 – DIRIGIDO AO ENTREVISTADOR</b>	
<i>(preencher logo ao final da entrevista). Reservar 10 minutos do seu tempo para fornecer informações sobre o andamento da entrevista e outras observações pertinentes:</i>	
<b>Horário de término da entrevista:</b>	
<b>Duração da entrevista:</b>	
<b>Você precisou explicar novamente com outras palavras alguma das questões?</b> <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?	
<b>Comentários que achar pertinente: percepções sobre a entrevista/ outros dados relevantes</b> (usar o verso da folha caso necessário). Estas informações são muito importantes para a análise complementar.	

## Apêndice F: Respondentes válidos e cálculos relativos ao Capítulo 4

Respondentes válidos por questão

Temas	Respondentes válidos
<b>Empresas</b>	
1.1 Atividade principal das empresas	213
1.2 Idade das empresas	209
1.3 Formalidade	212
1.4 Porte	208
1.6 Flutuação empregados	208
1.7 Origem do turista	213
Forma de acesso	212
1.8 Faturamento do turismo	212
1.9 Cursos realizados	212
Quais cursos	147
<b>Respondentes</b>	
2.1 Funções	213
2.2 Origem	207
2.3 Idade	212
Gênero e escolaridade	213
2.4 Relação com o local	
Tempo de moradia nas localidades	205
Intenção de permanência	208
2.5 Motivações para iniciar o negócio	140
2.6 Outra ocupação profissional	213

Parâmetros para **C** nos intervalos:

$0 < C \leq 0,20$ : Associação Fraca;

$0,21 \leq C \leq 0,40$ : Associação Moderada (viés fraco);

$0,41 \leq C \leq 0,60$ : Associação Moderada (viés forte);

Acima de 0,61: Associação Forte

Testes de associação de variáveis

Variáveis		Significância bilateral do teste Qui-quadrado	Valor de C	Associação
Idade das empresas	Atividade	0.405	-	Não
Idade das empresas	Porte	0.427	-	Não
Formalidade	Localização	0.574	-	Não
Formalidade	Porte	0.002	0.21	Sim. Moderada viés fraco
Formalidade	Atividade	0.014	0.236	Sim. Moderada viés fraco
Flutuação empregados	Localização	0.89	-	Não
Flutuação empregados	Atividade	0.000	0.320	Sim. Moderada
Forma de acesso	Atividade	0.000	0.400	Sim. Moderada viés forte
Faturamento	Porte	0.052	-	Não
Faturamento	Idade da empresa	0.057	-	Não
Faturamento	Localização	0.000	0.519	Sim. Forte
Cursos realizados	Localização	0.503	-	Não
Cursos realizados	Atividade	0.019	0.229	Sim. Moderada viés fraco
Cursos realizados	Faturamento	0.138	-	Não
Cursos realizados	Idade	0.029	0.222	Sim. Moderada viés fraco
Cursos realizados	Porte	0.000	0.259	Sim. Moderada viés fraco
Cursos realizados	Formalização	0.000	0.314	Sim. Moderada viés fraco
Função	Porte	0.027	0.183	Sim. Moderada viés fraco
Função	Localização	0.619	-	Não
Origem	Função	0.174	-	Não
Origem	Atividade	0.047	0.371	Sim. Moderada viés fraco
Origem	Localização	0.025	0.186	Sim. Moderada viés fraco
Função	Idade	0.001	0.331	Sim. Moderada viés fraco
Função	Permanecer na cidade	0.873	-	Não
Motivações para iniciar o negócio	Localização	0.234	-	Não
Motivações para iniciar o negócio	Atividade	0.040	0.261	Sim. Moderada viés fraco
Outra ocupação	Função	0.003	0.266	Sim. Moderada viés fraco



Testes de comparação de médias

Variável	Média	Desvio-padrão	Significância bilateral do teste de Levene e comparação de pares pelo teste de Bonferroni
1.2 Idade das empresas	7,46	6,45	
Localização	-	-	Levene: 0.000
Jericoacoara	6,23	4,95	Bonferroni: Barreirinhas x Jericoacoara: $p = 1.000$ ; Barreirinhas x Parnaíba: $p = 0.000$ ; Jericoacoara x Parnaíba: $p = 0.000$
Parnaíba	12,92	9,05	
Barreirinhas	5,79	4,58	
1.4 Porte	6,34	6,41	
Localização	-	-	Levene: 0.023
Jericoacoara	5,1	3,1	Bonferroni: Barreirinhas x Jericoacoara: $p = 0.031$ ; Barreirinhas x Parnaíba: $p = 1.000$ ; Jericoacoara x Parnaíba: $p = 0.245$
Parnaíba	7,2	6,7	
Barreirinhas	7,8	9,1	
1.6 Flutuação média de empregados	1,75	3,09	
Localização	-	-	Levene: 0.006
Jericoacoara	1,12	2,27	Bonferroni: Barreirinhas x Jericoacoara: $p = 0.010$ ; Barreirinhas x Parnaíba: $p = 1.000$ ; Jericoacoara x Parnaíba: $p = 0.105$
Parnaíba	2,26	3,20	
Barreirinhas	2,54	3,74	
2.4 Relação com o local - Tempo de moradia nas localidades	16,68	15,66	
Localização	-	-	Levene: 0.000
Jericoacoara	12,5	12,61	Bonferroni: Parnaíba x Jericoacoara; Parnaíba x Barreirinhas: $p = 0.000$ ; Parnaíba x Jericoacoara: $p = 0.695$ .
Parnaíba	28,9	16,91	
Barreirinhas	15,3	15,35	

## Apêndice G: Tabelas complementares ao Capítulo 4

### EMPRESAS

#### Atividade Principal

Cidade \* Atividade principal da empresa... Crosstabulation

			Atividade principal da empresa...					Total
			Hospedagem	Agência de receptivo	Alimentação	Transporte turístico (barco, bugue, toyota, cavalo)	Hospedagem e Alimentação	
Cidade	Jericoacoara	Count	60	5	32	5	8	110
		% within Cidade	54,5%	4,5%	29,1%	4,5%	7,3%	100,0%
		% within Atividade principal da empresa...	62,5%	20,8%	56,1%	55,6%	29,6%	51,6%
		% of Total	28,2%	2,3%	15,0%	2,3%	3,8%	51,6%
	Parnaíba	Count	15	9	13	1	4	42
		% within Cidade	35,7%	21,4%	31,0%	2,4%	9,5%	100,0%
		% within Atividade principal da empresa...	15,6%	37,5%	22,8%	11,1%	14,8%	19,7%
		% of Total	7,0%	4,2%	6,1%	,5%	1,9%	19,7%
	Barreirinhas	Count	21	10	12	3	15	61
		% within Cidade	34,4%	16,4%	19,7%	4,9%	24,6%	100,0%
		% within Atividade principal da empresa...	21,9%	41,7%	21,1%	33,3%	55,6%	28,6%
		% of Total	9,9%	4,7%	5,6%	1,4%	7,0%	28,6%
Total	Count	96	24	57	9	27	213	
	% within Cidade	45,1%	11,3%	26,8%	4,2%	12,7%	100,0%	
	% within Atividade principal da empresa...	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	45,1%	11,3%	26,8%	4,2%	12,7%	100,0%	

#### Porte da Empresa

Cidade \* Porte empresa Crosstabulation

			Porte empresa		
			Micro	Pequena	Total
Cidade	Jericoacoara	Count	91	16	107
		% within Cidade	85,0%	15,0%	100,0%
		% within Porte empresa	54,5%	39,0%	51,4%
		% of Total	43,8%	7,7%	51,4%
	Parnaíba	Count	31	11	42
		% within Cidade	73,8%	26,2%	100,0%
		% within Porte empresa	18,6%	26,8%	20,2%
		% of Total	14,9%	5,3%	20,2%
	Barreirinhas	Count	45	14	59
		% within Cidade	76,3%	23,7%	100,0%
		% within Porte empresa	26,9%	34,1%	28,4%
		% of Total	21,6%	6,7%	28,4%
Total	Count	167	41	208	
	% within Cidade	80,3%	19,7%	100,0%	
	% within Porte empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	80,3%	19,7%	100,0%	

Cidade \* Funcionários (Binned) Crosstabulation

			Funcionários (Binned)					Total
			<= 2,00	2,01 - 4,00	4,01 - 5,00	5,01 - 9,00	9,01+	
Cidade	Jericoacoara	Count	25	35	13	18	16	107
		% within Cidade	23,4%	32,7%	12,1%	16,8%	15,0%	100,0%
		% within Funcionários (Binned)	59,5%	53,8%	52,0%	51,4%	39,0%	51,4%
		% of Total	12,0%	16,8%	6,2%	8,7%	7,7%	51,4%
	Parnaíba	Count	8	12	5	6	11	42
		% within Cidade	19,0%	28,6%	11,9%	14,3%	26,2%	100,0%
		% within Funcionários (Binned)	19,0%	18,5%	20,0%	17,1%	26,8%	20,2%
		% of Total	3,8%	5,8%	2,4%	2,9%	5,3%	20,2%
	Barreirinhas	Count	9	18	7	11	14	59
		% within Cidade	15,3%	30,5%	11,9%	18,6%	23,7%	100,0%
		% within Funcionários (Binned)	21,4%	27,7%	28,0%	31,4%	34,1%	28,4%
		% of Total	4,3%	8,7%	3,4%	5,3%	6,7%	28,4%
Total	Count	42	65	25	35	41	208	
	% within Cidade	20,2%	31,2%	12,0%	16,8%	19,7%	100,0%	
	% within Funcionários (Binned)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	20,2%	31,2%	12,0%	16,8%	19,7%	100,0%	

## Idade da Empresa

Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned) \* Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	<= 3,0	Count	35	6	17	58
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	60,3%	10,3%	29,3%	100,0%
		% within Cidade	32,4%	14,6%	28,3%	27,8%
		% of Total	16,7%	2,9%	8,1%	27,8%
3,1 - 5,0	Count	Count	24	3	19	46
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	52,2%	6,5%	41,3%	100,0%
		% within Cidade	22,2%	7,3%	31,7%	22,0%
		% of Total	11,5%	1,4%	9,1%	22,0%
5,1 - 7,0	Count	Count	16	3	11	30
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	53,3%	10,0%	36,7%	100,0%
		% within Cidade	14,8%	7,3%	18,3%	14,4%
		% of Total	7,7%	1,4%	5,3%	14,4%
7,1 - 12,0	Count	Count	17	15	9	41
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	41,5%	36,6%	22,0%	100,0%
		% within Cidade	15,7%	36,6%	15,0%	19,6%
		% of Total	8,1%	7,2%	4,3%	19,6%
12,1+	Count	Count	16	14	4	34
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	47,1%	41,2%	11,8%	100,0%
		% within Cidade	14,8%	34,1%	6,7%	16,3%
		% of Total	7,7%	6,7%	1,9%	16,3%
Total	Count	Count	108	41	60	209
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	51,7%	19,6%	28,7%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	51,7%	19,6%	28,7%	100,0%

## Sazonalidade: flutuação de empregados

Flutuação de funcionários (Binned) \* Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Flutuação de funcionários (Binned)	<= 0,00	Count	65	19	27	111
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	58,6%	17,1%	24,3%	100,0%
		% within Cidade	60,7%	45,2%	45,8%	53,4%
		% of Total	31,2%	9,1%	13,0%	53,4%
1,00 - 1,00	Count	Count	11	5	4	20
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	55,0%	25,0%	20,0%	100,0%
		% within Cidade	10,3%	11,9%	6,8%	9,6%
		% of Total	5,3%	2,4%	1,9%	9,6%
2,00 - 3,00	Count	Count	23	8	14	45
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	51,1%	17,8%	31,1%	100,0%
		% within Cidade	21,5%	19,0%	23,7%	21,6%
		% of Total	11,1%	3,8%	6,7%	21,6%
4,00+	Count	Count	8	10	14	32
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	25,0%	31,2%	43,8%	100,0%
		% within Cidade	7,5%	23,8%	23,7%	15,4%
		% of Total	3,8%	4,8%	6,7%	15,4%
Total	Count	Count	107	42	59	208
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	51,4%	20,2%	28,4%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	51,4%	20,2%	28,4%	100,0%

### Multiple Comparisons

Flutuação de funcionários  
Bonferroni

(I) Cidade	(J) Cidade	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Jericoacoara	Parnaíba	-,14041	,53718	,105	-,24370	,1562
	Barreirinhas	-,142088 <sup>*</sup>	,47839	,010	-,25756	-,2662
Parnaíba	Jericoacoara	1,14041	,53718	,105	-,1562	2,4370
	Barreirinhas	-,28047	,59560	1,000	-,1,7181	1,1572
Barreirinhas	Jericoacoara	1,42088 <sup>*</sup>	,47839	,010	,2662	2,5756
	Parnaíba	,28047	,59560	1,000	-,1,1572	1,7181

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

## Clientes

Clientes\*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Clientes da Empresa	Turista regional	Count	6	22	22	50
		% within Clientes	12,0%	44,0%	44,0%	
		% within Local	5,5%	52,4%	36,1%	
		% of Total	2,8%	10,3%	10,3%	23,5%
	Turista nacional	Count	72	18	54	144
		% within Clientes	50,0%	12,5%	37,5%	
		% within Local	65,5%	42,9%	88,5%	
		% of Total	33,8%	8,5%	25,4%	67,6%
	Turista internacional	Count	84	10	25	119
		% within Clientes	70,6%	8,4%	21,0%	
		% within Local	76,4%	23,8%	41,0%	
		% of Total	39,4%	4,7%	11,7%	55,9%
Viajante a trabalho	Count	0	10	1	11	
	% within Clientes	,0%	90,9%	9,1%		
	% within Local	,0%	23,8%	1,6%		
	% of Total	,0%	4,7%	,5%	5,2%	
Morador	Count	0	2	1	3	
	% within Clientes	,0%	66,7%	33,3%		
	% within Local	,0%	4,8%	1,6%		
	% of Total	,0%	,9%	,5%	1,4%	
Total	Count	110	42	61	213	
	% of Total	51,6%	19,7%	28,6%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

## Faturamento

O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual... \* Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual...	Quase nada	Count	1	6	4	11
		% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	9,1%	54,5%	36,4%	100,0%
		% within Cidade	,9%	14,3%	6,7%	5,2%
		% of Total	,5%	2,8%	1,9%	5,2%
	Menos da metade	Count	23	7	14	44
		% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	52,3%	15,9%	31,8%	100,0%
		% within Cidade	20,9%	16,7%	23,3%	20,8%
		% of Total	10,8%	3,3%	6,6%	20,8%
	Metade	Count	13	17	9	39
		% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	33,3%	43,6%	23,1%	100,0%
		% within Cidade	11,8%	40,5%	15,0%	18,4%
		% of Total	6,1%	8,0%	4,2%	18,4%
Mais da metade	Count	17	10	27	54	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	31,5%	18,5%	50,0%	100,0%	
	% within Cidade	15,5%	23,8%	45,0%	25,5%	
	% of Total	8,0%	4,7%	12,7%	25,5%	
Todo	Count	56	1	5	62	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	90,3%	1,6%	8,1%	100,0%	
	% within Cidade	50,9%	2,4%	8,3%	29,2%	
	% of Total	26,4%	,5%	2,4%	29,2%	
Não sabe	Count	0	1	1	2	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	,0%	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Cidade	,0%	2,4%	1,7%	,9%	
	% of Total	,0%	,5%	,5%	,9%	
Total	Count	110	42	60	212	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	51,9%	19,8%	28,3%	100,0%	
	% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,9%	19,8%	28,3%	100,0%	

RESPONDENTES

Origem

Cidade \* Nativos x não nativos Crosstabulation

			Nativos x não nativos		
			Nativo	Não-nativo	Total
Cidade	Jericoacoara	Count	24	80	104
		% within Cidade	23,1%	76,9%	100,0%
		% within Nativos x não nativos	37,5%	55,9%	50,2%
		% of Total	11,6%	38,6%	50,2%
	Parnaíba	Count	19	23	42
		% within Cidade	45,2%	54,8%	100,0%
		% within Nativos x não nativos	29,7%	16,1%	20,3%
		% of Total	9,2%	11,1%	20,3%
	Barreirinhas	Count	21	40	61
		% within Cidade	34,4%	65,6%	100,0%
		% within Nativos x não nativos	32,8%	28,0%	29,5%
		% of Total	10,1%	19,3%	29,5%
Total	Count	64	143	207	
	% within Cidade	30,9%	69,1%	100,0%	
	% within Nativos x não nativos	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	30,9%	69,1%	100,0%	

Relação com o local: tempo de moradia

peessoas que nasceram \* Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
peessoas que nasceram	Nem sempre esteve aqui	Count	87	28	46	161
		% within pessoas que nasceram	54,0%	17,4%	28,6%	100,0%
		% within Cidade	84,5%	66,7%	76,7%	78,5%
		% of Total	42,4%	13,7%	22,4%	78,5%
	Nasceu e sempre viveu	Count	16	14	14	44
		% within pessoas que nasceram	36,4%	31,8%	31,8%	100,0%
		% within Cidade	15,5%	33,3%	23,3%	21,5%
		% of Total	7,8%	6,8%	6,8%	21,5%
	Total	Count	103	42	60	205
		% within pessoas que nasceram	50,2%	20,5%	29,3%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	50,2%	20,5%	29,3%	100,0%

Relação com o local: intenção de residência

Crosstab

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Pretende viver aqui para sempre...	Sim	Count	53	30	35	118
		% within Pretende viver aqui para sempre...	44,9%	25,4%	29,7%	100,0%
		% within Cidade	49,5%	73,2%	58,3%	56,7%
		% of Total	25,5%	14,4%	16,8%	56,7%
	Não	Count	26	1	6	33
		% within Pretende viver aqui para sempre...	78,8%	3,0%	18,2%	100,0%
		% within Cidade	24,3%	2,4%	10,0%	15,9%
		% of Total	12,5%	,5%	2,9%	15,9%
	Não sabe	Count	28	10	19	57
		% within Pretende viver aqui para sempre...	49,1%	17,5%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	26,2%	24,4%	31,7%	27,4%
		% of Total	13,5%	4,8%	9,1%	27,4%
Total	Count	107	41	60	208	
	% within Pretende viver aqui para sempre...	51,4%	19,7%	28,8%	100,0%	
	% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,4%	19,7%	28,8%	100,0%	

**Motivação para iniciar a MPE**  
**Razão principal para abrir o negócio... \* Cidade Crosstabulation**

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Razão principal para abrir o negócio...	Turismo é o negócio mais lucrativo aqui	Count	16	6	14	36
		% within Razão principal para abrir o negócio...	44,4%	16,7%	38,9%	100,0%
		% within Cidade	22,5%	19,4%	36,8%	25,7%
		% of Total	11,4%	4,3%	10,0%	25,7%
Buscava uma vida mais calma		Count	10	0	6	16
		% within Razão principal para abrir o negócio...	62,5%	,0%	37,5%	100,0%
		% within Cidade	14,1%	,0%	15,8%	11,4%
		% of Total	7,1%	,0%	4,3%	11,4%
Precisava aproveitar o que já tinha		Count	8	4	6	18
		% within Razão principal para abrir o negócio...	44,4%	22,2%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	11,3%	12,9%	15,8%	12,9%
		% of Total	5,7%	2,9%	4,3%	12,9%
Já tinha experiência no ramo		Count	10	7	3	20
		% within Razão principal para abrir o negócio...	50,0%	35,0%	15,0%	100,0%
		% within Cidade	14,1%	22,6%	7,9%	14,3%
		% of Total	7,1%	5,0%	2,1%	14,3%
Fazer o que gosta		Count	1	2	2	5
		% within Razão principal para abrir o negócio...	20,0%	40,0%	40,0%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	6,5%	5,3%	3,6%
		% of Total	,7%	1,4%	1,4%	3,6%
Oportunidade para negócio		Count	4	5	4	13
		% within Razão principal para abrir o negócio...	30,8%	38,5%	30,8%	100,0%
		% within Cidade	5,6%	16,1%	10,5%	9,3%
		% of Total	2,9%	3,6%	2,9%	9,3%
Queria viver na cidade		Count	6	0	0	6
		% within Razão principal para abrir o negócio...	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Cidade	8,5%	,0%	,0%	4,3%
		% of Total	4,3%	,0%	,0%	4,3%
Trabalhar por conta própria		Count	1	0	0	1
		% within Razão principal para abrir o negócio...	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	,0%	,0%	,7%
		% of Total	,7%	,0%	,0%	,7%
Falta de opção, sobrevivência, necessidade		Count	11	5	2	18
		% within Razão principal para abrir o negócio...	61,1%	27,8%	11,1%	100,0%
		% within Cidade	15,5%	16,1%	5,3%	12,9%
		% of Total	7,9%	3,6%	1,4%	12,9%
Mudar de vida		Count	1	1	1	3
		% within Razão principal para abrir o negócio...	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	3,2%	2,6%	2,1%
		% of Total	,7%	,7%	,7%	2,1%
Formação		Count	1	0	0	1
		% within Razão principal para abrir o negócio...	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	,0%	,0%	,7%
		% of Total	,7%	,0%	,0%	,7%
Outra		Count	2	1	0	3
		% within Razão principal para abrir o negócio...	66,7%	33,3%	,0%	100,0%
		% within Cidade	2,8%	3,2%	,0%	2,1%
		% of Total	1,4%	,7%	,0%	2,1%
Total		Count	71	31	38	140
		% within Razão principal para abrir o negócio...	50,7%	22,1%	27,1%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	50,7%	22,1%	27,1%	100,0%

## Apêndice H: Respondentes válidos e cálculos relativos ao Capítulo 5

Respondentes válidos por questão

Temas	Respondentes válidos
1.1 Características gerais dos destinos	206
1.2 empresas ativas	54
Participar nova associação	213
1.3 Conflitos no destino	213
2.1.1 Ações conjuntas	213
2.2. Rede de parceiros	213
2.2.3 Razões para cooperar	204
2.2.4 Resultados da cooperação	204
2.2.1 Principais conflitos	213
2.2.2 Razões para os conflitos	58
2.2.3 Tentativa de solução dos conflitos	43
2.2.4 Percebeu resultados dos conflitos	194
Quais os resultados dos conflitos	34
2.3 Sazonalidade conflito	209
Sazonalidade cooperação	211

Testes de associação entre variáveis

Variáveis		Significância bilateral do teste Qui-quadrado	Valor de C	Associação
Associações ativas	Localização	0.514	-	Não
Facilidade em resolver problemas com outros empresários	Associações ativas	0.001	0.281	Sim. Moderada viés fraco
Participar de nova associação	Localização	0.401	-	Não
Participar de nova associação	Atividade	0.655	-	Não
Participar de nova associação	Motivação para iniciar o negócio	0.603	-	Não
Participar de nova associação	Formalização	0.104	-	Não
Participar de nova associação	Origem do respondente	0.549	-	Não
Participar de nova associação	Tempo ele pretende viver na cidade	0.851	-	Não
Participar de nova associação	Faturamento	0.028	0.399	Sim. Forte
Participar de nova associação	Escolaridade	0.004	0.366	Sim. Moderada viés forte
Formalização	Coopera com alguém	0.756	-	Não
Perceber resultados da cooperação	Localização	0.813	-	Não
Participação em conflitos	Localização	0.979	-	Não
Tentativa de solução de conflitos	Localização	0.767	-	Não
Sazonalidade das relações	Localização	0.000	0.304	Sim. Moderada viés fraco

Testes de comparação de médias

Variáveis		Significância bilateral do teste de comparação de médias
Nominações recebidas na rede total	Localização	ANOVA: $\rho = 0.6$
Nominações emitidas na rede total	Localização	ANOVA: $\rho = 0.3$
Nominações recebidas	Idade da empresa	ANOVA: $\rho = 0.86$
Nominações emitidas	Idade da empresa	ANOVA: $\rho = 0.28$
Nominações recebidas	Origem do responsável	ANOVA: $\rho = 0.35$
Nominações emitidas	Origem do responsável	ANOVA: $\rho = 0.54$
Nominações recebidas	Escolaridade	ANOVA: $\rho = 0.25$
Nominações emitidas	Escolaridade	ANOVA: $\rho = 0.12$
Nominações recebidas	Atividade	ANOVA: $\rho = 0.00$
Nominações recebidas	Motivação para iniciar negócio	ANOVA: $\rho = 0.006$
Nominações recebidas	Conselhos municipais	Teste t: $\rho = 0,024$
Nominações recebidas	Parceria na Rota das Emoções	Teste t: $\rho = 0,001$
Nominações recebidas	Ações para segurança do turista	Teste t: $\rho = 0,002$
Nominações recebidas	Montagem de pacotes	Teste t: $\rho = 0,005$
Nominações recebidas	Divulgação	Teste t: $\rho = 0,006$
Nominações emitidas	Participa de conflitos	Teste t: $\rho = 0,008$
Nominações recebidas	Participa de conflitos	Teste t: $\rho = 0,5$
Relações recíprocas	Participa de conflitos	Teste t: $\rho = 0,1$
Nominações emitidas dentro das cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,7$
Nominações recebidas dentro das cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,2$
Nominações emitidas entre as cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,002$
Nominações recebidas entre as cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,005$

## Apêndice I: Tabelas complementares ao Capítulo 5

### Análise Discriminante das Relações nos Destinos

	F	Sig.
Existem problemas entre os empresários que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos	5,476	,005
Existem problemas entre os empresários nativos e os que vieram de fora...	4,923	,009
A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade	3,602	,030
Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários da cidade	3,215	,043
Empresários do turismo preferem resolver seus problemas com outros empresários da cidade	2,971	,055
As diferenças de opiniões entre os empresários são facilmente resolvidas	2,588	,079
Associações de empresas são ativas na cidade	,916	,402

### Associações empresariais ativas na cidade

Associações de empresas são ativas na cidade \* Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Associações de empresas são ativas na cidade	Concordo	Count	31	13	15	59
		% within Associações de empresas são ativas na cidade	52,5%	22,0%	25,4%	100,0%
		% within Cidade	28,4%	31,0%	24,6%	27,8%
		% of Total	14,6%	6,1%	7,1%	27,8%
	Discordo	Count	65	20	35	120
		% within Associações de empresas são ativas na cidade	54,2%	16,7%	29,2%	100,0%
		% within Cidade	59,6%	47,6%	57,4%	56,6%
		% of Total	30,7%	9,4%	16,5%	56,6%
	Não sabe	Count	13	9	11	33
		% within Associações de empresas são ativas na cidade	39,4%	27,3%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	11,9%	21,4%	18,0%	15,6%
		% of Total	6,1%	4,2%	5,2%	15,6%
Total	Count	109	42	61	212	
	% within Associações de empresas são ativas na cidade	51,4%	19,8%	28,8%	100,0%	
	% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,4%	19,8%	28,8%	100,0%	

### Discriminante dos Conflitos nos Destinos

	F	Sig.
Existe desentendimento entre os empresários da cidade e órgãos ambientais	15,1973879	8,062
Existe desentendimento entre os empresários do turismo e os moradores	11,08471251	2,903
Existe desentendimento entre os empresários do turismo e a prefeitura	22,50036071	1,941

### Discriminante das Ações Conjuntas por Destino

	F	Sig.
Compras	2,439	,090
Cuidar do parque	7,994	,000
Divulgação	1,577	,209
Treinamentos em conjunto	9,856	,000
Apoio à comunidade	,773	,463
Pacotes	,388	,679
Educação do turista	2,862	,060
Segurança	2,146	,120
Infraestrutura	1,377	,255
Manutenção	1,446	,238
Indicação	1,407	,247
Conselho	11,256	,000
Rota das Emoções	5,348	,005



## Redes de Parceiros

### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
numero de nominações emitidas dentro e entre as cidades	Hospedagem	96	2,1354	1,69594	,17309	1,7918	2,4790	,00	6,00
	Agência de receptivo	24	3,0417	1,39811	,28539	2,4513	3,6320	,00	5,00
	Alimentação	57	2,4386	1,80295	,23881	1,9602	2,9170	,00	7,00
	Transporte turístico (barco, bugue, toyota, cavalo)	9	1,4444	1,58990	,52997	,2223	2,6665	,00	4,00
	Hospedagem e Alimentação	27	2,8148	1,56984	,30212	2,1938	3,4358	,00	7,00
	Total	213	2,3756	1,70177	,11660	2,1457	2,6054	,00	7,00
numero de nominações recebidas dentro e entre as cidades	Hospedagem	96	1,6354	2,20583	,22513	1,1885	2,0824	,00	15,00
	Agência de receptivo	24	6,2500	8,37309	1,70915	2,7144	9,7856	,00	27,00
	Alimentação	57	1,5088	3,03034	,40138	,7047	2,3128	,00	17,00
	Transporte turístico (barco, bugue, toyota, cavalo)	9	1,8889	1,76383	,58794	,5331	3,2447	,00	5,00
	Hospedagem e Alimentação	27	3,5556	4,75017	,91417	1,6765	5,4347	,00	15,00
	Total	213	2,3756	4,17537	,28609	1,8116	2,9395	,00	27,00

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
numero de nominações emitidas dentro e entre as cidades	Between Groups	29,424	4	7,356	2,618	,036
	Within Groups	584,529	208	2,810		
	Total	613,953	212			
numero de nominações recebidas dentro e entre as cidades	Between Groups	495,412	4	123,853	8,049	,000
	Within Groups	3200,541	208	15,387		
	Total	3695,953	212			

### Discriminante das razões para cooperar

Razões para cooperar	F	Significância
1º. Para diminuir os custos da empresa	10,129	,000
2º. Para atrair mais turistas	5,427	,005
3º. Para preservar os atrativos turísticos	4,535	,012
4º. Para ajudar a comunidade	2,721	,068
5º. Por outra razão	1,814	,166
6º. Para melhorar o serviço ao turista	1,271	,283
7º. Para se realizar pessoalmente	,768	,465

## Razões para cooperar

\$Razaocoop\*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Razão para cooperar	Decidiu participar para diminuir os custos da empresa	Count	6	2	16	24
		% within \$Razaocoop	25,0%	8,3%	66,7%	
		% within Local	5,7%	5,3%	26,7%	
		% of Total	2,9%	1,0%	7,8%	11,8%
	Decidiu participar para atrair mais turistas	Count	50	23	43	116
		% within \$Razaocoop	43,1%	19,8%	37,1%	
		% within Local	47,2%	60,5%	71,7%	
		% of Total	24,5%	11,3%	21,1%	56,9%
	Decidiu participar para ajudar a comunidade	Count	23	4	19	46
		% within \$Razaocoop	50,0%	8,7%	41,3%	
		% within Local	21,7%	10,5%	31,7%	
		% of Total	11,3%	2,0%	9,3%	22,5%
	Decidiu participar para melhorar o serviço ao turista	Count	87	27	49	163
		% within \$Razaocoop	53,4%	16,6%	30,1%	
		% within Local	82,1%	71,1%	81,7%	
		% of Total	42,6%	13,2%	24,0%	79,9%
	Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos	Count	35	4	23	62
		% within \$Razaocoop	56,5%	6,5%	37,1%	
		% within Local	33,0%	10,5%	38,3%	
		% of Total	17,2%	2,0%	11,3%	30,4%
	Decidiu participar para se realizar pessoalmente	Count	9	1	5	15
		% within \$Razaocoop	60,0%	6,7%	33,3%	
		% within Local	8,5%	2,6%	8,3%	
		% of Total	4,4%	,5%	2,5%	7,4%
	Decidiu participar por outra razão	Count	42	9	18	69
		% within \$Razaocoop	60,9%	13,0%	26,1%	
		% within Local	39,6%	23,7%	30,0%	
		% of Total	20,6%	4,4%	8,8%	33,8%
Total	Count	106	38	60	204	
	% of Total	52,0%	18,6%	29,4%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

## Discriminante dos resultados da cooperação

Resultados que mais diferenciam os destinos	F	Significância
1º. Aumentou o lucro	7,519	,001
2º. Melhorou infraestrutura	5,488	,005
3º. Mais trabalho para as pessoas da cidade	5,001	,008
4º. Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong	4,799	,009
5º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	4,393	,014

## Resultados da Cooperação Costa Norte

\$resultcoop Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
REsultados da Cooperação	Resultados: Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	61	14,4%	31,4%
	Resultados: Melhorou infra-estrutura	25	5,9%	12,9%
	Resultados: Mais trabalho para as pessoas da cidade	70	16,5%	36,1%
	Resultados: Aumentou o lucro	75	17,7%	38,7%
	Resultados: Aumentou contato de empresas, prefeitura, ongs	138	32,5%	71,1%
	Outro resultado	55	13,0%	28,4%
Total	424	100,0%	218,6%	

## Resultados observados a partir da cooperação por local

\$resultcoop\*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
REsultados da Cooperação	Resultados: Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	Count	32	5	24	61
		% within \$resultcoop	52,5%	8,2%	39,3%	
		% within Local	31,4%	13,9%	42,9%	
		% of Total	16,5%	2,6%	12,4%	31,4%
	Resultados: Melhorou infra-estrutura	Count	9	2	14	25
		% within \$resultcoop	36,0%	8,0%	56,0%	
		% within Local	8,8%	5,6%	25,0%	
		% of Total	4,6%	1,0%	7,2%	12,9%
	Resultados: Mais trabalho para as pessoas da cidade	Count	28	13	29	70
		% within \$resultcoop	40,0%	18,6%	41,4%	
		% within Local	27,5%	36,1%	51,8%	
		% of Total	14,4%	6,7%	14,9%	36,1%
	Resultados: Aumentou o lucro	Count	36	7	32	75
		% within \$resultcoop	48,0%	9,3%	42,7%	
		% within Local	35,3%	19,4%	57,1%	
		% of Total	18,6%	3,6%	16,5%	38,7%
	Resultados: Aumentou contato de empresas, prefeitura, ongs	Count	78	18	42	138
		% within \$resultcoop	56,5%	13,0%	30,4%	
		% within Local	76,5%	50,0%	75,0%	
		% of Total	40,2%	9,3%	21,6%	71,1%
	Outro resultado	Count	38	12	5	55
		% within \$resultcoop	69,1%	21,8%	9,1%	
		% within Local	37,3%	33,3%	8,9%	
		% of Total	19,6%	6,2%	2,6%	28,4%
Total	Count	102	36	56	194	
	% of Total	52,6%	18,6%	28,9%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

## Principais conflitos por local

\$principaisconflitos\*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
principais conflitos	Empresas do turismo da cidade	Count	8	4	7	19
		% within Local	25,8%	36,4%	41,2%	
		% of Total	13,6%	6,8%	11,9%	32,2%
	Empresas de outras cidades	Count	1	1	1	3
		% within Local	3,2%	9,1%	5,9%	
		% of Total	1,7%	1,7%	1,7%	5,1%
	Cooperativas	Count	1	1	0	2
		% within Local	3,2%	9,1%	,0%	
		% of Total	1,7%	1,7%	,0%	3,4%
	Autônomos do turismo	Count	9	4	7	20
		% within Local	29,0%	36,4%	41,2%	
		% of Total	15,3%	6,8%	11,9%	33,9%
	Governo municipal	Count	13	5	5	23
		% within Local	41,9%	45,5%	29,4%	
		% of Total	22,0%	8,5%	8,5%	39,0%
	Órgão ambiental	Count	3	2	2	7
		% within Local	9,7%	18,2%	11,8%	
		% of Total	5,1%	3,4%	3,4%	11,9%
	Comunidade/moradores	Count	3	1	0	4
		% within Local	9,7%	9,1%	,0%	
		% of Total	5,1%	1,7%	,0%	6,8%
	Outros	Count	3	0	1	4
		% within Local	9,7%	,0%	5,9%	
		% of Total	5,1%	,0%	1,7%	6,8%
Total	Count	31	11	17	59	
	% of Total	52,5%	18,6%	28,8%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

## Resultados dos Conflitos

\$Resultadosconflitos Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Resultados dos Conflitos	Resultados dos conflitos: Mais desentendimentos entre os participantes	5	10,0%	14,7%
	Resultados dos conflitos: formação/fortalecimento de grupos ou associações	1	2,0%	2,9%
	Resultados dos conflitos: quebra de associações	3	6,0%	8,8%
	Resultados dos conflitos: melhorias para a cidade	2	4,0%	5,9%
	Resultados dos conflitos: perda de negócios para as empresas	13	26,0%	38,2%
	Resultados dos conflitos: perda de chances de melhorar a cidade	14	28,0%	41,2%
	Resultados dos conflitos: outros resultados	12	24,0%	35,3%
	Total	50	100,0%	147,1%

## Discriminante dos resultados da Participação em conselhos

Resultados da Participação em Conselhos	F	Sig.
1º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	65,026	,000
2º. Mais trabalho para as pessoas da cidade	36,200	,000
3º. Melhorou infra-estrutura	18,320	,000
4º. Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong	12,803	,000

## Razões que diferenciam participação em conselhos e educação ambiental

Razões que diferenciam MPE que participam de Conselhos Municipais		
	F	Sig.
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos	66,679	,000
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa	29,548	,000
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade	22,217	,000
4º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente	14,531	,000
5º. Decidiu participar para atrair mais turistas	7,339	,007

Razões que diferenciam MPE que participam de Educação Ambiental do turista		
	F	Sig.
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos	31,265	,000
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa	14,141	,000
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade	12,444	,001
4º. Decidiu participar para atrair mais turistas	5,451	,021
5º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente	4,746	,031

## Matriz de correlação Cooperação x Resultado

	Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	Melhorou infra-estrutura	Mais trabalho para as pessoas da cidade	Aumentou o lucro	Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong
Compras	,239	,220	,379	,012*	,178
Cuidar do parque	,383	,653	,190	,026*	,448
Divulgação	,216	,893	,662	,195	,180
Treinamentos	,008*	,021*	,000*	,196	,221
Apoio à comunidade	,001*	,027*	,071	,669	,291
Pacotes	,586	,762	,779	,007*	,899
Educação do turista	,000*	,361	,006*	,339	,039*
Segurança	,364	,905	,817	,005*	,170
Infraestrutura	,067	,008*	,119	,473	,898
Manutenção	,490	,447	,409	,635	,078
Indicação	,256	,515	,971	,184	,202
Conselho	,000*	,000*	,000*	,887	,001*
Rota das Emoções	,154	,280	,308	,119	,519

### Resultados das ações de cooperação

Resultados	Principais ações conjuntas das MPE	F	Sig.
<b>Aumento do contato entre atores sociais do turismo</b>	1º. Participação em conselhos municipais	13,331	,000
	2º. Educação ambiental do turista	4,341	,038
<b>Aumento do lucro empresarial</b>	1º. Iniciativas para segurança do turista	9,798	,002
	2º. Montagem de pacotes turísticos	7,926	,005
	3º. Compras conjuntas	6,661	,011
	4º. Cuidado com as unidades de conservação	5,813	,017
<b>Mais trabalho para pessoas do local</b>	1º. Participação em conselhos municipais	34,134	,000
	2º. Treinamentos em conjunto	17,777	,000
	3º. Educação ambiental do turista	7,813	,006
	4º. Ações de educação/cultura da comunidade	4,110	,044
<b>Maior respeito às leis ambientais no Parque/APA</b>	1º. Participação em conselhos municipais	63,601	,000
	2º. Educação ambiental do turista	33,389	,000
	3º. Ações de educação/cultura da comunidade	11,408	,001
	4º. Treinamentos em conjunto	6,992	,009
<b>Melhorias de infraestrutura para o local</b>	1º. Participação em conselhos municipais	13,645	,000
	2º. Treinamentos em conjunto	5,683	,018
	3º. Ações de educação/cultura da comunidade	4,992	,027
	4º. Obras de infraestrutura em parceria	4,515	,035

### Discriminante Conflito entre Destinos

Resultados dos Conflitos que melhor diferenciam os destinos	F	Sig.
Perda de chances de melhorar a cidade	5,397	,007
Formação/fortalecimento de grupos ou associações	2,474	,094
Perda de negócios para as empresas	1,005	,373
Mais desentendimentos entre os participantes	,663	,519
Melhorias para a cidade	,394	,676

### Matriz de Correlação Conflito x Resultados

	Mais desentendimentos entre os participantes	Formação/ fortalecimento de grupos ou associações	Quebra de associações	Melhorias para a cidade	Perda de negócios para as empresas	Perda de chances de melhorar a cidade	Outros resultados
<b>Empresas do turismo da cidade</b>	,126	,125	,892	,352	,933	,433	,317
<b>Empresas de outras cidades</b>	,584	,000*	,027*	,737	,658	,719	,362
<b>Cooperativas associações</b>	,658	,849	,004*	,000*	,355	,399	,461
<b>Autônomos do turismo</b>	,743	,480	,212	,614	,658	,829	,040*
<b>Governo municipal</b>	,336	,411	,147	,241	,630	,401	,580
<b>Órgão ambiental</b>	,357	,001*	,584	,658	,877	,806	,231
<b>Comunidade moradores</b>	,238	,784	,628	,695	,183	,016*	,144

### Discriminante de resultados e conflitos

Resultados	Principais conflitos das MPE	F	Sig.
<b>Formação/fortalecimento de grupos ou associações</b>	1º. Empresas de outras cidades	26,053	,000
	2º. Órgão ambiental	12,544	,002
<b>Melhorias para a cidade</b>	1º. Cooperativas/associações	16,628	,000