

**Dinâmica da cooperação e intercooperação em roteiros de turismo rural****Dynamics of cooperation and intercooperation in rural tourism routes**

DOI:10.34117/bjdv5n8-109

Recebimento dos originais: 14/07/2019

Aceitação para publicação: 27/08/2019

**Amanda Regina Leite**

Bacharel em Administração (UPF) e Aluna do Programa de Pós-Graduação em  
Administração (PPGAdm/UPF)

Endereço: BR 285, São José | Passo Fundo/RS CEP: 99052-900 - Passo Fundo, RS - Brasil

E-mail: amanda-rl@hotmail.com

**Jaqueline Berdian de Oliveira**

Bacharel em Administração (URI), especialista em Marketing (URI) e  
Aluna do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGAdm/UPF)

Endereço: BR 285, São José | Passo Fundo/RS CEP: 99052-900 - Passo Fundo, RS - Brasil

E-mail: 176217@upf.br

**Ana Claudia Machado Padilha**

Bacharel em Ciências Contábeis (UPF), Mestre e Doutora em agronegócios (UFRGS)  
Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da

Universidade de Passo Fundo (PPGAdm/UPF)

Endereço: BR 285, São José | Passo Fundo/RS CEP: 99052-900 - Passo Fundo, RS - Brasil

E-mail: anapadilha@upf.br

**Marcelo Mattos Sá**

Bacharel em Desenvolvimento Rural (UFRGS), Licenciado em História (ULBRA) e  
Aluno do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (PPG-Agronegócio/UFRGS)

Endereço: Avenida Bento Gonçalves, 7712, CEP 91540-000, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.

E-mail: mmatos1978@outlook.com

**André da Silva Pereira**

Economista (USU), Mestre e Doutor em Economia (UFRGS), e professor do Programa de  
Pós-graduação em Administração da

Universidade de Passo Fundo – (PPGAdm/UPF)

Endereço: BR 285, São José | Passo Fundo/RS CEP: 99052-900 - Passo Fundo, RS - Brasil

E-mail: andresp@upf.br

**RESUMO**

A pesquisa tem como objetivo compreender quais são os desafios e barreiras da cooperação e intercooperação encontrados pelos empreendimentos de turismo no meio rural na região Sul do Brasil, através de pesquisa realizada em três roteiros turísticos integrados por quatorze empreendimentos na cidade de Erechim/RS. O procedimento metodológico adotado foi a pesquisa de abordagem qualitativa de estudo multicaso. Os dados foram coletados através de

roteiro estruturado integrado por 73 perguntas abertas e cinco grupos de questões fechadas perfazendo 79 questionamentos. O resultado da análise indicou que a cooperação e intercooperação são estratégias benéficas para os produtores que atuam no meio rural, especialmente por auxiliar no alcance de objetivos que seriam difíceis de ser alcançados quando atuando de forma individual.

**Palavras-chave:** Cooperação; Intercooperação; Roteiros Turísticos; Meio Rural.

## ABSTRACT

The research aims to understand the challenges and barriers of cooperation and intercooperation encountered by rural tourism ventures in the southern region of Brazil, through research carried out in three tourist routes integrated by fourteen enterprises in the city of Erechim / RS. The methodological procedure adopted was the research of a qualitative approach of multicase study. The data were collected through a structured script composed of 73 open questions and five groups of closed questions, making up 79 questions. The result of the analysis indicated that cooperation and inter-cooperation are beneficial strategies for producers working in rural areas, especially for helping to reach objectives that would be difficult to achieve when acting individually.

**Keywords:** Cooperation; Intercooperation; Tourist Routes; Countryside.

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, assim como em alguns países ao redor do mundo, o desenvolvimento do turismo torna-se um desafio para os diferentes *stakeholders*, especialmente quando se observa a necessidade de convergência de objetivos dos empreendimentos que alinham-se com a oferta de produtos e serviços que atendam as expectativas do público frequentador. Essa situação intensifica-se com a falta de cooperação entre os atores sociais envolvidos, sobretudo entre membros da comunidade diretamente envolvida (MIELKE; SILVA, 2017; DURKIN; PERIĆ; SEBREK, 2017).

De acordo com dados da Organização Mundial do Turismo – OMT (2018), o número de turistas internacionais que visitam o Brasil deve alcançar a marca de 1,6 bilhões de viajantes até o ano de 2020. Segundo a OMT, as atividades características do turismo são responsáveis pela geração de 6 a 8% do total de empregos no mundo, onde o mercado de viagens internacionais representa 30% das exportações de serviços e equivale a 6% do valor total dessas exportações na economia mundial. Estes dados atestam o fato de que a atividade turística contribui na criação de empregos, sendo que um em cada 11 postos de trabalho no mundo são gerados pela atividade turística (BRASIL, 2016).

O turismo é uma atividade que depende de uma multiplicidade de atores e ações, não podendo ser produzido por uma única pessoa ou empresa isoladamente (Pimentel; Pimentel, 2015). Dessa forma, surgem os arranjos cooperativos que promovem e ampliam as

capacidades institucionais nos municípios a partir da identificação das rotas e roteiros turísticos (GRIN; ABRUCIO, 2018). O Ministério do Turismo (MTur) define roteiro como “um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística” (BRASIL, 2007, p. 27).

Dentre as diversas formas, o turismo no meio rural é uma atividade voltada para a exploração de recursos naturais, patrimoniais, culturais, entre outros, os quais culminam com a diversidade da oferta (PARESHVILI; KVARATSKHELIA; MIRZAEVA, 2017), uma vez que esta forma de turismo geralmente é orientada para o descanso e recreação dos usuários.

Assim como em outras regiões do país, o município de Erechim, localizado na região norte do Rio Grande do Sul, apresenta uma articulação do setor de turismo no formato de roteiros, identificados como arranjos cooperativos que cumprem a função de contribuir para o desenvolvimento das áreas rurais. O município destaca-se pela diversidade de atrativos que incluem fauna, flora, paisagens, clima, localização geográfica privilegiada, diversidade étnica (italiana e alemã), gastronomia, receptividade, entre outros, que atraem turistas de diferentes destinos.

Tomando-se como referência os roteiros turísticos, o município de Erechim possui três roteiros de turismo, quais sejam: Roteiro das Cantinas e dos Parreirais, Roteiro Morro do Vicini e Roteiro das Agroindústrias, integrados por empreendimentos como agroindústrias, comércio de produtos, hospedagem, trilhas, café colonial, configurando-se como roteiros diversificados.

A partir dessas ponderações, o objetivo da pesquisa é compreender quais são os desafios e barreiras da cooperação e intercooperação encontrados pelos empreendimentos de turismo no meio rural na região Sul do Brasil.

Ainda, segundo Jesus e Franco (2016), é necessária a realização de pesquisas que investiguem as relações de cooperação entre empreendimentos de turismo rural em outras regiões, traçando-se neste ponto a lacuna para a realização da pesquisa que dará o suporte ao presente estudo. Pimentel e Pimentel (2015) evidenciaram a importância de identificar os principais elementos necessários (atores, recursos, interesses em jogo) para se diagnosticar as possibilidades de arranjos diferentes que auxiliem na gestão de destinos turísticos.

## **2. REVISÃO DA LITERATURA**

Essa seção apresenta a revisão da literatura que discute a cooperação e intercooperação que suporta a compreensão dos relacionamentos interorganizacionais cooperativos no contexto do turismo.

## **2.1 COOPERAÇÃO, INTERCOOPERAÇÃO E RELACIONAMENTO INTERORGANIZACIONAL**

A cooperação é considerada um tipo de estratégia em que pessoas ou organizações se unem em torno de um objetivo em comum (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2016). Combinando recursos e capacidades, implicando na geração vantagens competitivas que anteriormente não possuíam para competir ou para atingir a conquista de novos mercados nos quais, pela cooperação tácita ou explícita, vão conseguir ingressar e competir (MEDINA-MUÑOZ; MEDINA-MUÑOZ; CHIM-MIKI, 2013).

Para Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), os motivos pelos quais as organizações adotam estratégias de cooperação diferem de acordo com as condições de mercado. Para os autores, a adoção de estratégias cooperativas possibilitam o alcance de novas vantagens competitivas que decorre, na maioria das vezes, na conquista de novos mercados e manutenção de vantagens competitivas sustentáveis ao longo do tempo.

Ao se reportar aos objetivos pelos quais os atores envolvidos no processo cooperam, Khamiss, Kamel e Salichs (2007) mencionam como relevantes a cooperação para alcançar propósitos individuais ou comuns, a distribuição de tarefas, a divisão do trabalho, a forma de evitar conflitos, o recebimento máximo de recompensa, a integração de sistema, a manutenção da funcionalidade do sistema, a aquisição e compartilhamento de conhecimento e informação, a tomada de decisão e formação da inteligência coletiva.

Assim, percebe-se que as relações que envolvem a cooperação são motivadas pela necessidade de reunião de recursos dos parceiros em áreas onde os recursos próprios são mais críticos e escassos (WILSON; HYNES, 2008). Lewis (1992) enfatiza que a interdependência entre as empresas criadas pela escassez ou ausência de recursos, é uma das condições consideradas. Desta forma, os relacionamentos permitem que empresas parceiras combinem recursos criativamente para estabelecer uma série de vantagens competitivas (DAS e TENG, 2008), ou seja, a cooperação se torna mais fácil quando a estrutura organizacional, a missão e os objetivos dos parceiros são semelhantes. Portanto, o sucesso da cooperação interorganizacional depende de dois fatores, a relação entre os parceiros e o desempenho da cooperação (RAAB; KENIS, 2009).

Seguindo por esta concepção, considera-se os relacionamentos interorganizacionais as transações, fluxos e ligações de recursos relativamente duradouros que ocorrem entre duas ou mais organizações (OLIVER, 1990).

De acordo com Oliver e Ebers (1998), as abordagens mais utilizadas no estudo sobre relacionamentos interorganizacionais são: dependência de recursos; redes sociais; teoria institucional e poder político, além dos custos de transação e ecologia populacional, enfatizando-se a perspectiva da dependência dos recursos que aparece como a mais central nos trabalhos que os autores desenvolveram. Ainda, os mesmos autores assinalam que para se fazer uma leitura mais completa sobre a questão relacionamentos interorganizacionais torna-se necessário se utilizar múltiplas lentes teóricas e paradigmáticas tendo em vista a complexidade que gira em torno do tema.

Para que os relacionamentos interorganizacionais se desenvolvam demanda-se, não apenas investimentos de recursos e seleção de parceiros, mas também de dimensões como confiança, satisfação, lealdade, comprometimento, troca de informações, cooperação, poder (GUMMESSON, 2005; PALMATIER; DANT; GREWAL; EVANS, 2006) e de maneira relevante de pessoas, demonstrando a complexidade e importância dessas dimensões nas estratégias e ações das organizações (LARENTIS; ANTONELLO, SLONGO, 2010).

No contexto do turismo, alguns benefícios podem ser identificados nos relacionamentos interorganizacionais (SELIN; BEASON, 1991). Isso ocorre quando se concebe que, a partir da reunião de recursos, as organizações podem criar soluções econômicas para os desafios regionais (Reid, 1987); e, também, ao coordenar esforços através de associações ou outros fóruns conjuntos, podem desenvolver estratégias de marketing cooperativas, melhorar a comunicação e reforçar a força de lobby (SELIN; BENSON, 1991).

Além disso, destaca-se o fato da literatura dedicar atenção às formas que compreendem os relacionamentos interorganizacionais. As estratégias de cooperação inter-firmas surgem como modelos destes relacionamentos. Desta forma, as estratégias cooperativas assemelham-se às estratégias competitivas quanto aos objetivos ligados ao aumento da eficiência e da eficácia organizacional. A cooperação está diretamente relacionada ao processo decisório das organizações e é vista como uma estratégia empresarial em busca de competitividade. Conforme Silva (2004) a diferença básica entre estas estratégias é que no caso das estratégias cooperativas, a busca pela eficiência ultrapassa os limites das organizações individuais.

Desse modo, entende-se que cooperação e competição não são polos opostos isolados. Mariotti (2007) afirma que não há democracia sem cooperação, nem tampouco sem

competição, choques de opiniões e conflitos. Logo, não há competição absoluta, assim como não há cooperação absoluta. Como a cooperação interorganizacional é estimulada pelo crescente reconhecimento do fato de que nenhuma empresa ou organização possui todas as 'capacidades', como por exemplo, recursos e atividades, necessárias para atingir suas metas ou objetivos no mercado (GEBREKIDAN; AWUAH 2002). Para Anderson, Håkansson e Joanson (1994), as “capacidades totais” de um ator incluem sua própria capacidade interna (controle próprio de recursos e / ou atividades) e capacidade externa (controle indireto dos recursos e/ou atividades de outros atores relevantes).

Para Migchels (2002), a seleção dos parceiros é ponto central no estabelecimento de uma cadeia de cooperação. O processo de seleção dos parceiros pode considerar a importância de critérios como: segurança, confiabilidade, conhecimento tecnológico, reciprocidade, solidez financeira, proximidade geográfica, imagem, tradição, oportunidades de negócios, competências complementares, cultura, valores comuns, perspectiva de crescimento conjunto e forma de gestão.

Nessas relações, a confiança, a credibilidade e o controle dos parceiros na cooperação interorganizacional assume um papel de destaque. De acordo com Barney e Hansen (1994), a confiança é entendida como a segurança mútua de que nenhum um agente irá explorar as vulnerabilidades dos demais. Segundo os autores, a exploração das vulnerabilidades possui natureza oportunística, uma vez que o oportunismo pode ser visto como o oposto da confiança. Com relação à credibilidade e ao controle, Das e Teng (1998) salientam que são dois recursos-chave os quais agem de forma paralela e se voltam para se alcançar um elevado nível de confiança, ambos contribuindo, conjuntamente, para o total nível de confiança que possa existir na cooperação entre parceiros.

A literatura apresenta alguns significados distintos quando se refere à intercooperação. Quando utilizada no contexto de análise das organizações cooperativas, a intercooperação assume papel de uma estratégia competitiva emergente na busca de vantagens competitivas utilizadas pelas empresas em geral, uma tendência que favorece os atores envolvidos na busca de sustentabilidade e competitividade no ambiente econômico (KONZEN; OLIVEIRA, 2015; EMMENDOERFER; VASCONCELOS; FONSECA, 2007).

Em outros contextos, a intercooperação pode ser incorporada como uma estratégia associada ao nível de análise de intercooperação em rede (BRAGA, 2010; KONZEN; OLIVEIRA, 2015; CARVALHO; WEGNER; BEGNIS; JÚNIOR; VALLE, 2018; CZERNEK-MARSZALEK, 2018), onde as redes organizacionais cooperam entre si para

aprender umas com as outras, para desenvolverem novas tecnologias e obterem benefícios frente a outros concorrentes. Nessa linha, a intercooperação também pode apresentar-se na forma de parcerias ou alianças estratégicas entre redes interfirmas (SOARES; WEGNER; DOLCI, 2016).

Nesse contexto, evidencia-se os benefícios alcançados através da cooperação, especialmente quando os atores envolvidos se comprometem e se interessam em cooperar com os demais atores envolvidos (AXELROD; HAMILTON, 1981; PEREIRA, VENTURINI, WEGNER; BRAGA 2010), não deixando de considerar que, para que a cooperação consiga atingir resultados benéficos, é necessário, primeiramente, o reconhecimento dos benefícios individuais ou comuns resultantes do processo (SELIN; BEASON, 1991).

Neste cenário, emergem os arranjos cooperativos explicados pelos roteiros turísticos. A cooperação e intercooperação de seus atores culmina tanto para a performance individual (empreendimentos) quanto coletiva (roteiro) com objetivos traçados para a melhor utilização de recursos, das capacidades produtivas, da otimização de estruturas, com vistas à melhoria dos resultados econômicos, financeiros e sociais.

## 2.2 O SETOR DE TURISMO

Para Bathke (2002), a atividade turística é importante não somente por propiciar descanso e diversão, mas, também, desenvolvimento pessoal pela interação entre pessoas de diferentes ambientes e culturas. Essa visão destacada pelo autor contribui para o processo de desenvolvimento e de fomento de uma economia acompanhada por motivações ambientais e humanas.

O turismo estimula o desenvolvimento de outras atividades econômicas como o entretenimento, comércio, transportes, meios de hospedagem, agências de viagens, artesanato e serviços de apoio (CUNHA; CUNHA, 2005). Para um destino turístico ser competitivo, exige-se não só os atrativos naturais, mas, também, de infraestrutura e serviços de qualidade capazes de permitir a formação de uma vantagem sustentável e de um diferencial no mercado (BENI, 2004). Neste sentido, nem todas as regiões oferecem as mesmas condições para o desenvolvimento do turismo. Uma região com potencial de desenvolvimento do turismo possui características culturais, naturais e sociais que determinam a sua identidade regional e a oferta de infraestrutura adequada favorece o acesso dos consumidores.

A partir da década de 1970, o turismo em áreas rurais cresceu consideravelmente em países desenvolvidos, desempenhando um papel vital no desenvolvimento econômico e social

destas áreas, muitas vezes, classificadas como deprimidas (PERALES, 2002). Tendo em vista o declínio da atividade agrícola que se verificou em muitos países e as consequências negativas advindas desta circunstância, o turismo surgiu como uma forma de manutenção do nível de renda das famílias que habitam áreas rurais, evidenciando novas possibilidades de ampliação da diversificação da pauta de sustento e melhoria da qualidade de vida (MCGEHEE, 2007).

No Brasil, o MTur (2008) definiu as principais características do Turismo Rural, a partir dos aspectos que compõem a paisagem rural e configuram a ruralidade, seus principais atrativos e podem assim ser listadas quanto à escala, localização, atividades agropecuárias, qualidade da paisagem, aspectos culturais, diversificação dos serviços oferecidos, distribuição de benefícios, empoderamento das comunidades e sustentabilidade.

Para o MTur o conceito que melhor define é “Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (BRASIL, 2010).

As principais características dessa atividade turística referem-se a elementos, condições e aspectos que compõem a paisagem rural e configuram a ruralidade e seus principais atrativos (BRASIL, 2008). Conforme Quadro 1 pode ser observado os princípios norteadores para a estruturação da oferta do turismo rural.

Quadro 1 - Princípios norteadores para a estruturação da oferta de turismo rural.

<b>Princípios norteadores para a oferta do TR</b>	<b>Elementos para oferta do TR</b>
Identidade (insumos e fatores)	Atividade produtiva, recursos naturais, arquitetura e infraestrutura produtiva
Autenticidade (operacionalidade)	Recepção, costumes e gastronomia
Harmonia (melhorias, edificações)	Hospedagem, restaurantes e sanitários
Raízes e costumes (operação)	Museu, folclore, gastronomia e arquitetura
Atendimento familiar (hospitalidade)	Recepção, convivência, qualidade nos serviços

Fonte: Elaborado com base em Zimmermann (2001, p.20)

Nesta acepção, destacada no Quadro 1, vale destacar que o patrimônio cultural está entrelaçado com todos os elementos da cultura material – fazendas, igrejas, construções históricas, museus – e imaterial – festas, danças tradicionais, festejos, saberes gastronômicos,



rituais, lendas, crenças religiosas, que formam o sentido de grupo, de continuidade histórica, sendo importantes referências para a memória e identidade de cada grupo social (CARVALHO; MOESCH, 2013).

Cabe salientar que os termos “rotas” e “roteiros”, embora apresentem semelhanças em alguns aspectos, têm apresentado conceitos e características distintas que o mercado turístico, o poder público, bem como os turistas, nem sempre possuem esta compreensão (OLIVEIRA; ZOTTIS; BONHO, 2015). Conceitualmente, o MTur define rota como “um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística” (BRASIL, 2010, p.32). Numa rota, existe uma sequência na ordem dos destinos a serem visitados, havendo um ponto inicial e um ponto final, podendo contemplar vários roteiros e passar por várias regiões turísticas.

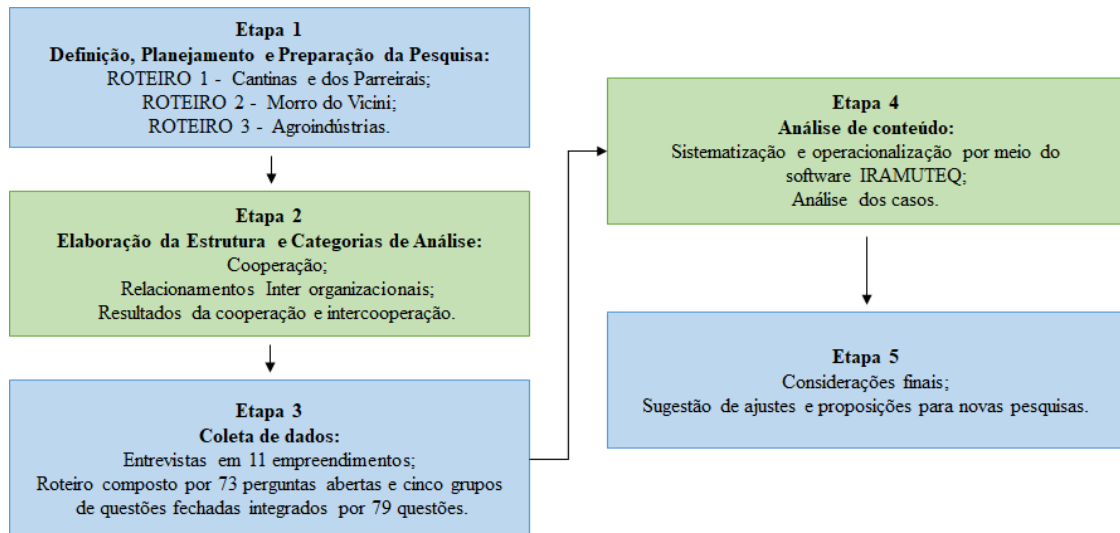
Em termos conceituais nesta pesquisa, elegem-se os roteiros como objeto de análise, especialmente pela abrangência que seu conceito inclui em termos de multidimensionalidade. E nessa perspectiva, utiliza-se como conceito norteador o proposto pelo MTur, o qual define roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro (BRASIL, 2007).

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A partir da delimitação do objetivo deste trabalho que é compreender quais são os desafios e barreiras da cooperação e intercooperação encontrados pelos empreendimentos de turismo no meio rural e para alcançar os objetivos da pesquisa foi realizada uma pesquisa com abordagem qualitativa e quantitativa, a pesquisa também se orientou pelo método de estudo multicaso que possibilita levantar evidências relevantes e de maior confiabilidade se comparado aos estudos de casos únicos (YIN, 2001).

Para identificação dos roteiros estudados foi realizado um levantamento junto a Secretaria Municipal de Turismo de Erechim, onde foram identificados três roteiros turísticos, tais como Roteiro das Cantinas e dos Parreirais (cinco empreendimentos), Roteiro Morro do Vicini (cinco empreendimentos) e Roteiro das Agroindústrias (quatro empreendimentos), juntos os roteiros totalizam 14 empreendimentos. Para uma melhor compreensão das etapas da pesquisa foi elaborada a Figura 1.

Figura 1 - Etapas de Desenvolvimento da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A escolha dos roteiros pesquisados, orientou-se pelo critério de acessibilidade, intencionalidade e conveniência. Os empreendimentos que integram os roteiros estudados se dispuseram a participar do estudo. Foram entrevistados 11 empreendimentos dos 14 que representam 92% da população a ser estudada. A coleta de dados foi realizada entre os dias 04/12/2018 e 28/12/2018, no período em que um estabelecimento se encontrava no período de recesso do final de ano. Salienta-se que enquanto organização de suporte à formação da rota, foi entrevistado agente apoio local (Emater) que presta assistência técnica aos produtores e agroindústrias localizadas no município de Erechim, no estado do Rio Grande do Sul.

Para a coleta de dados utilizou-se de um roteiro de entrevista semiestruturado, a aplicação do instrumento ocorreu com a participação do pesquisador no intuito de captar a melhor qualidade dos dados. O roteiro foi elaborado a partir de categorias determinadas a priori a partir da revisão da literatura, quais sejam: cooperação, relacionamentos interorganizacionais, resultados da cooperação e intercooperação. Além, disso, foram contemplados aspectos relacionados aos motivos de criação dos roteiros, as razões, os benefícios e os fatores que impedem a intercooperação entre os membros.

O roteiro foi integrado por 73 perguntas abertas e cinco grupos de questões fechadas integrados por 79 questionamentos, utilizando nestas últimas uma adaptação da escala Likert de 5 pontos que possibilitou a comparação de resultados em estudos multicêntricos (BRIONES, 1998). Os respondentes da pesquisa foram inquiridos a dar notas conforme a intensidade (1 a menor e cinco a maior) das dimensões atreladas ao motivo para participação do roteiro.

Os participantes deste estudo foram convidados a formalizar a sua participação através da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), sendo este primordial para representar o rigor e seriedade da pesquisa acadêmica.

As entrevistas foram degavadas e transcritas em editor de texto, no qual foram criados quadros com a identificação do respondente e a respectiva resposta. Para a análise de conteúdo, foi utilizado o software IRAMUTEQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires), possibilitando a codificação e organização das informações, elaboração do corpus de análise (transcrição das respostas dos entrevistados para arquivo de texto) e a análise lexical quantitativa em que a palavra é considerada unidade que fornece contextualização por meio de segmentos de texto do corpus em análise. Nesse sentido, as respostas a essas perguntas consubstanciam-se no corpus a ser analisado, de acordo com as características operacionais do software IRAMUTEQ. A partir dos outputs do software, as falas passam para o nível interpretativo, no qual os dados apresentaram sentido de plausibilidade na interpretação dos resultados (GUERRA, 2006).

Os dados obtidos a partir da adaptação da escala Likert de 5 pontos, foram tabulados com a utilização de software de planilha eletrônica, sendo elaborada tabela com a identificação do respondente e a nota atribuída a cada questão, submetida aos testes de média, moda e mediana para a obtenção da tendência central das respostas, embora tenha sido utilizado um software tipicamente empregado em análises quantitativas, a escala Likert apresenta dados qualitativos expressos em algarismos (PEREIRA, 1999).

Quanto à análise dos dados, a técnica utilizada foi a análise de conteúdo das entrevistas realizadas. Para Bardin (2011), na análise de conteúdo, o texto é um meio de expressão do sujeito, com o qual o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as represente.

#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Esta seção tem como objetivo fazer a apresentação, análise e discussão dos dados levantados no estudo.

##### **4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS ROTEIROS E DOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS**

A cidade de Erechim que é um município do estado do Rio Grande do Sul, na Região Sul do Brasil, localizada a 372 km da capital do estado, a segunda cidade mais populosa do norte do estado, com estimativa de 105.059 habitantes (IBGE/2018), em 2015, na 15ª posição

do PIB no estado do Rio Grande do Sul, tem sua economia focada em baseia-se principalmente no setor industrial, cuja representatividade é atualmente de 37,53%. O setor primário reúne atualmente 6,39% da arrecadação municipal, e a cidade contém cerca de 2520 pequenos produtores. Eles produzem basicamente soja, milho, trigo, feijão, cevada e frutas e criam aves, bovinos e suínos.

A cidade destaca-se também pelas belas paisagens e pelas rotas turísticas, no município existem três rotas de turismo que atraem turista de várias partes do estado e do Brasil, mas principalmente da região. As rotas são encontradas são Vale dos Parreirais – Rota das Cantinas e dos Parreirais; Vale dos Parreirais – Morro do Vicini e Vale Dourado – Rota das Agroindústrias. Estes destinos são um dos principais pontos para lazer da cidade, contando com belezas naturais e outros atrativos.

O primeiro elemento investigado foi o processo de criação da Rota Vale dos Parreirais, onde buscou-se identificar quais atores participaram ativamente no processo. A partir da análise das posições discursivas dos entrevistados, foi observado que a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul (EMATER/RS), atuou na organização de vitivinicultores da localidade que participavam da “Festa di Bacco”, que é um evento realizado anualmente no município de Erechim, no oeste do Rio Grande do Sul (PME/ERECHIM, 2019).

A criação de roteiros turísticos relaciona-se ao atendimento das expectativas dos turistas, ao fornecimento de novas experiências e à oferta de produtos mais diversificados e relacionados com a cultura local e regional (SÁNCHEZ; GARCÍA, 2003; GUZMÁN; CAÑIZARES, 2008), nesse sentido, a EMATER/RS identificou a “Festa di Bacco” com potencial para a divulgação das propriedades e dos produtos típicos locais e a atividade turística como uma forma de diversificação das atividades desenvolvidas nas unidades de produção e possibilidade de incremento da renda rural.

No início da atividade turística, a Emater/RS organizava visitas às propriedades produtoras de uva durante a “Festa di Bacco” e, a partir do alinhamento entre produtores, Emater/RS, Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Erechim e Prefeitura Municipal de Erechim, unidades de produção dedicadas às atividades diferentes da vitivinicultura, agroindústria e espaços varejistas aderiram à Rota Vale dos Parreirais.

Foram pesquisados 11 empreendimentos e 1 agente territorial local, na Rota Vale dos Parreirais, dos quais dez estão localizados no espaço rural e 1 está localizado no espaço urbano,

além do agente territorial que tem sua sede no espaço urbano, totalizando 12 entrevistados. (Quadro 2).

Quadro 2 - Especificidades dos empreendimentos pesquisados.

<b>ROTEIRO 1 - Vale dos Parreirais – Rota das Cantinas e dos Parreirais</b>					
<b>Identificação</b>	<b>Área (ha)</b>	<b>Produtos</b>	<b>Ano de início Atividade Turística</b>	<b>Constituição jurídica</b>	<b>Localização</b>
<b>Empreendimento 1</b>	3 7	Embutidos	2016	Pessoa Jurídica	Rural
<b>Empreendimento 2</b>	3 7	Refeições, embutidos, queijos e vinhos	2008	Pessoa Física	Rural
<b>Empreendimento 3</b>	2 5	Cervejaria e refeições	2012	Pessoa Jurídica	Rural
<b>Empreendimento 4</b>	1 7	Refeições	2004	Pessoa Jurídica	Rural
<b>Empreendimento 5</b>	3 5	Refeições, sucos e vinhos	2010	Pessoa Jurídica	Rural
<b>ROTEIRO 2 - Vale dos Parreirais – Morro do Vicini</b>					
<b>Empreendimento 6</b>	2 5	Geleias e doces em conserva	2002	Pessoa Jurídica	Rural
<b>Empreendimento 7</b>	2 5	Vinhos	2013	Pessoa Física	Rural
<b>Empreendimento 8</b>	7 0	Vinhos	2002	Pessoa Física	Rural
<b>Empreendimento 9</b>	3 2	Frutas	2000	Pessoa Física	Rural
<b>Empreendimento 10</b>	5	Refeições e hospedagem	2015	Pessoa Jurídica	Urbano
<b>ROTEIRO 3 - Vale Dourado – Rota das Agroindústrias</b>					
<b>Empreendimento 11</b>	1 8	Refeições	2003	Pessoa Jurídica	Rural

Agente de Apoio					
Agente de Apoio (Emater)	N/A	N/A	N/A	Público	Urbano

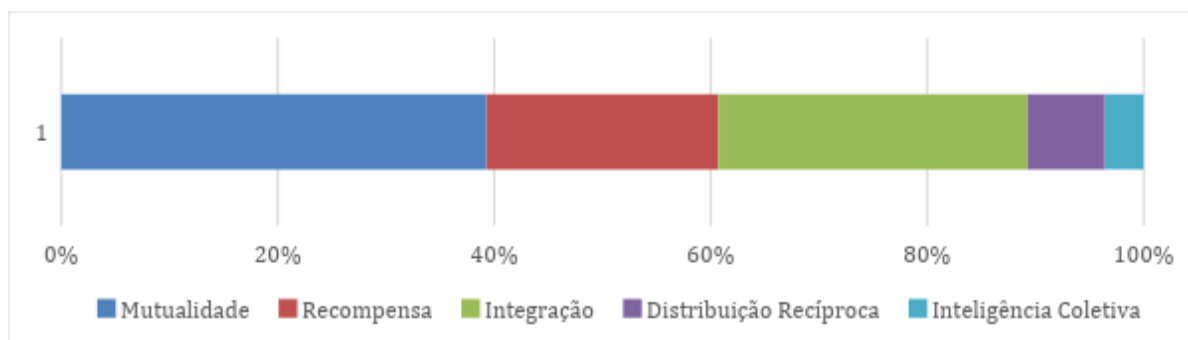
Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Dos empreendimentos pesquisados que integram os três roteiros de turismo rural na cidade de Erechim 91,66% encontram-se no meio rural enquanto um que se localiza a 7 Km do centro do município se considera urbano. 33,34% dos empreendimentos apresentam-se na forma de microempreendedores e 66,66% pessoa jurídica. A diversidade dos negócios é notada. Os roteiros contam com quatro agroindústrias que produzem produtos de sabores variados: embutidos e salamearia, geleias e doces em conserva, bolachas, pães e confeitaria. O roteiro conta também com uma cervejaria artesanal que produz mais de 15 sabores de cerveja. 41,66% dos empreendimentos pesquisados investem no cultivo da uva e perpetuam a tradição italiana através da fabricação do vinho e a manutenção das pipas de madeira nobre nas cantinas localizadas nos porões de terra. Apenas um empreendimento possui instalação de hospedagem para turistas em cabanas construídas com madeira de demolição e observa-se o interesse de 45,45% dos empreendimentos em fomentar atividades voltadas ao turismo gastronômico, onde a culinária é diferenciada. Os recursos naturais encontrados nos empreendimentos evidenciam o clima subtropical úmido que propicia belas paisagens e flora exuberante e variada.

#### 4.2 A COOPERAÇÃO DOS ATORES NAS ROTAS DE TURISMO

Foi contemplada na pesquisa a percepção dos membros sobre a cooperação e a intercooperação no âmbito dos Roteiros: Cantinas e dos Parreirais, Morro do Vicini e das Agroindústrias (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Principais características da cooperação sob a ótica dos empreendedores.



Fonte: dados da pesquisa (2019).

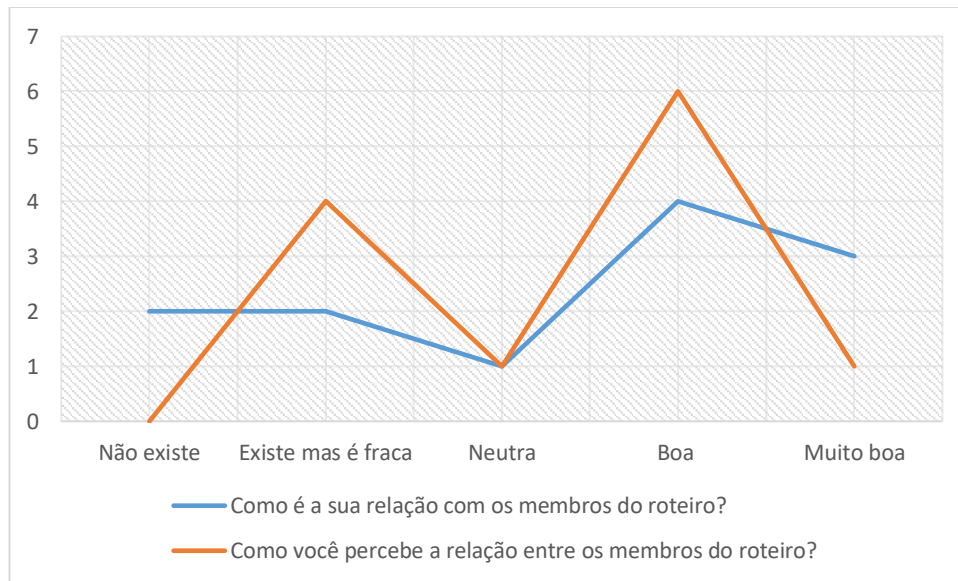
A “mutualidade” se refere aos esforços individuais para que benefícios conjuntos, compreendidos como a superação de alguma dificuldade, possam ser alcançados. A “recompensa” é entendida como os benefícios oriundos da cooperação, no sentido de concretizar alguma ação em decorrência da cooperação. A “integração” está associada ao trabalho conjunto, ao ato de realizar determinada atividade ou decidir de forma participativa. A “distribuição recíproca” demonstra a importância atribuída aos fluxos de produtos e serviços, enquanto a “inteligência coletiva” está associada às trocas imateriais (conhecimentos, técnicas) entre os membros da rota.

A cooperação é importante no tocante à transposição de dificuldades no ambiente competitivo, à medida que contribui para a construção de uma estrutura colaborativa e promove a troca de experiências entre os membros, oportunizando os meios para a melhoria nos processos. Para o “Agente de Apoio”, a cooperação é uma forma para o aumento da renda rural, integração social e instrumento para a redução da disparidade no acesso aos capitais em um ambiente competitivo.

#### 4.3 O DESENVOLVIMENTO DOS RELACIONAMENTOS INTERORGANIZACIONAIS

De acordo com Raab e Kenis (2009), as relações entre os membros da rota e o desempenho da cooperação são fatores determinantes para o estabelecimento de relacionamentos interorganizacionais. Sob essa ótica, os membros da rota foram questionados acerca de suas percepções sobre o relacionamento com os demais membros da rota e como percebem os relacionamentos entre os demais integrantes da rota (Gráfico 2).

Gráfico 2: Percepção dos Relacionamentos inter e intraorganizacionais dos roteiros.



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

No Gráfico 2 é possível observar que as respostas ao questionamento “Como é a sua relação com os membros do roteiro X, dois membros não se relacionam com os demais membros da rota, dois entendem que a relação é fraca, um classifica a relação como neutra, quatro como boa e três como muito boa. Quando questionados sobre “Como você percebe a relação entre os membros do roteiro X, quatro percebem que existe relação, porém fraca, um classifica as relações como neutras, seis classificam como boa, enquanto um entende que as relações entre os demais membros do roteiro é muito boa.

Os dados revelaram que há cooperação entre os membros, no entanto, ocorre em ocasiões específicas, como durante a realização da Festa di Bacco, durante a colheita da uva e no período de elaboração do vinho. De acordo com o Agente de Apoio, durante a realização das festas ou eventos organizados pelo Poder Público, os membros dos roteiros articulam ações coletivas. Assim, entende-se a partir das entrevistas realizadas que os pesquisados consideram que a cooperação é o meio para alcançar o sucesso dos roteiros, entretanto, argumentaram que, mesmo assim, precisa ser mais fomentada entre os membros dos três roteiros.

Quadro 3 - Potencial de ampliação e melhoria da cooperação entre os membros dos roteiros.



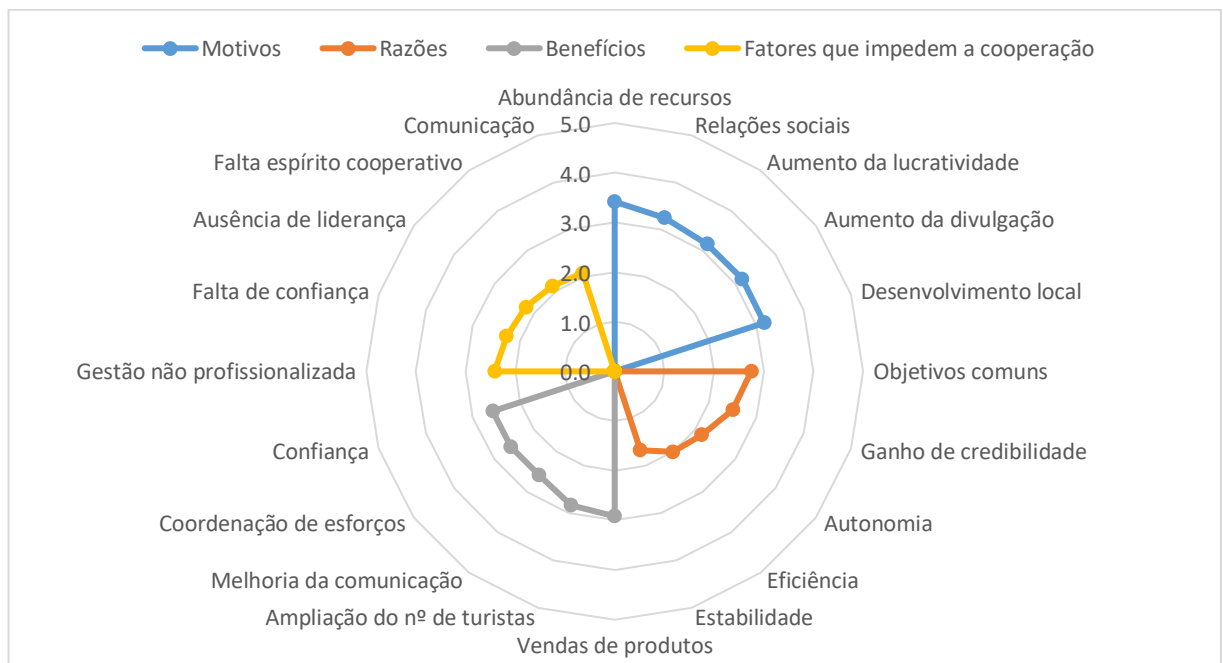
Membro	Segmento de texto
Empreendedor 1	“[...] mais auxílio do poder público e auxílio técnico.”
Empreendedor 4	“[...] incentivar os proprietários da rota, ter uma representação, um líder para puxar.”
Empreendedor 8	“[...] um guia turístico e o poder público investir no turismo rural.”
Empreendedor 11	“[...] discussões sobre os projetos futuros do turismo, [...] um guia turístico para a cidade ou alguém voltado ao turismo para ajudar, [...] ajuda técnica. “

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

De acordo com as falas no Quadro 3 que destaca os principais aspectos coletados das entrevistas, foi possível observar que os membros dos diferentes roteiros consideram a participação do Poder Público, disponibilidade de ajuda técnica e uma liderança, como elementos importantes para o desenvolvimento da cooperação no âmbito dos roteiros.

Para compreender quais aspectos mais influenciam os relacionamentos interorganizacionais e a intercooperação, foi elaborado o gráfico 3, o qual sintetiza as dimensões abordadas na pesquisa.

Gráfico 3 - Motivos, razões, benefícios e fatores que impedem a intercooperação entre os membros.



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Sobre os relacionamentos interorganizacionais e intercooperação, os entrevistados entendem que poderia ser mais fomentado. Como mecanismos de ampliação, o planejamento estratégico e a contratação de um gestor profissional podem, na opinião dos pesquisados, contribuir para o delineamento dos objetivos a serem alcançados no futuro.

Nota-se no gráfico 3 que os fatores que mais dificultam a cooperação na percepção dos membros são: gestão não profissionalizada, falta de confiança, ausência de liderança, falta de espírito cooperativo e comunicação, porém em relação à média percebe-se que a preocupação dos membros não foi tão significativa, podendo essa dimensão ser explicada por outras variáveis.

Os entrevistados também classificaram os relacionamentos intercooperativos nas dimensões da confiança e do oportunismo, às quais atribuíram notas de 1 a 10. Para a dimensão confiança foi atribuída nota 7, para a dimensão oportunismo nota 5.

#### **4.4 OS RESULTADOS DA COOPERAÇÃO E INTERCOOPERAÇÃO DOS ATORES DAS ROTAS DE TURISMO**

Como resultados da cooperação e intercooperação, destaca-se o interesse de profissionalizar a gestão da rota e estender a articulação junto ao Poder Público para uma esfera que ultrapasse as festividades promovidas pelo município, tornando a atividade turística uma prática que ocorra independentemente das festas.

Na entrevista realizada com o agente de apoio foi relatado que a atividade de turismo iniciou devido a uma queda na economia das famílias rurais em consequência do leite e frango. Advindas desta circunstância, o turismo surgiu como uma forma de manutenção do nível de renda das famílias que habitam áreas rurais, evidenciando novas possibilidades de ampliação da diversificação da pauta de sustento e melhoria da qualidade de vida destes produtores.

Os produtores relataram os inúmeros benefícios que a implementação da atividade turística trouxe, como a melhora da performance financeira (incremento da renda) e social (relações interpessoais).

Por outro lado, também foram identificados os fatores que dificultam a cooperação, segundo os membros, a falta de tempo para dedicar-se exclusivamente a atividade de turismo, necessidade de um gestor para coordenar as atividades, ausência de mão de obra especializada e a falta de incentivo e apoio do poder público, são alguns elementos que acabam desestimulando alguns membros a continuar desempenhando suas atividades. Essas questões

corroboram com o que é mencionado por Portuguez (1999) dificuldades existem e no turismo rural as que se destacam são: descapitalização do empreendedor: baixa capacidade de investimento, legislação inadequada, sazonalidade da oferta, qualificação da mão-de-obra, dificuldade de planejamento e organização por parte dos empreendedores, sinalização e acesso a deficiente, necessidade de planejamento sustentável.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo entender a cooperação e a intercooperação nos três roteiros turísticos encontrados no município de Erechim no norte do estado do RS, a partir da percepção dos relacionamentos de seus membros.

A criação dos roteiros partiu de uma iniciativa da Emater/RS que identificou na Festa di Bacco como uma oportunidade de ampliar o valor dos produtos e serviços oferecidos pelos empreendimentos rurais e urbanos, tendo em vista a pré-disposição para cooperar e intercooperarem que os atores apresentaram no início da discussão nos três roteiros pesquisados.

Analisando os achados da pesquisa no que se refere à cooperação entre os atores dos roteiros pesquisados, ela ocorre com algumas limitações que poderiam ser ampliadas para o benefício dos envolvidos no turismo, ou seja, as relações de cooperação são percebidas quando existem eventos festivos que demanda o esforço coletivo para o sucesso dos projetos. Não somente isso, a falta de um ator de apoio técnico que exerça a função de liderança e gestão dos roteiros, em determinados momentos, limita a ampliação destas possibilidades conjuntas. Adicionalmente, o oportunismo está presente em algumas atividades de membros que possuem interesses que se sobressaem aos objetivos comuns.

Na questão da intercooperação, uma questão que chama atenção está relacionada à perspectiva de entendimento da participação cooperada no formato de roteiros turísticos. Nesse ponto, ressalta-se a falta de entendimento ampliado da importância de “pertencimento” a algo maior que é expresso na cooperação dos atores que integram este tipo de arranjo cooperativo organizacional. Os dados da pesquisa indicaram que esse tipo de relacionamento tem potencial para ser ampliado, fomentado, uma vez que a maioria dos pesquisados informaram que é avaliada como fraca ou, até mesmo, inexistente.

Reportando-se ao objetivo delimitado e aos resultados da pesquisa, ressaltam-se limitações. Por se tratar de uma pesquisa com objetos de análise que foram os atores de três roteiros de turismo localizados no município de Erechim/RS, os dados não podem ser

generalizados, especialmente pelas peculiaridades relacionados à cultura local, atrativos, nível de conhecimento, profissionalização dos envolvidos e a pré-disposição para cooperar com outros atores que integram o setor de oferta do turismo, além de ressaltar que nem todos os integrantes dos roteiros mostraram-se disponíveis para participar da pesquisa.

Também é possível apresentar um conjunto de sugestões futuras para pesquisa. A primeira delas relaciona-se à ampliação da pesquisa com a mesma base teórica em outros roteiros de turismo organizados no Brasil levando-se em consideração as características regionais de localização espacial que possibilitariam novas derivações e análises no campo da cooperação e intercooperação. Outra sugestão indica a pertinência de investigação do papel das instituições públicas no apoio às iniciativas de turismo, bem como a avaliação do impacto das políticas públicas na competitividade do setor e a promoção do desenvolvimento rural em áreas deprimidas pela falta de geração de alternativas de geração de renda e sustento nestas comunidades rurais.

E, por fim, percebe-se que o setor do turismo se revela, ao longo do tempo, como uma das oportunidades interessantes para o desenvolvimento regional. Isso é possível quando existe a articulação estratégica dos diferentes *stakeholders* com objetivos alinhados e interesses mútuos e compartilhados na direção de ofertar produtos e serviços que deem conta de atender à uma demanda, cada vez mais ávida por experiências e inovações. Talvez, no longo prazo, esta discussão ocupe a agenda de promoção e desenvolvimento de roteiros de turismo no Brasil.

#### REFERÊNCIAS

ANDERSON, J. C.; HÅKANSSON, H.; JOHANSON, J. Dyadic business relationships within a business network context. **Journal of marketing**, v. 58, n. 4, p. 1-15, 1994.

AXELROD, R.; HAMILTON, W. D. The evolution of cooperation. **Science**, v. 211, n. 4489, p. 1390-1396, 1981.

BALESTRIN, A; VERSCHOORE, J. **Redes de Cooperação Empresarial: Estratégias de Gestão na Nova Economia**. Bookman Editora, 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edições 70. Lisboa. Portugal, 2011.

BARNEY, J.; HANSEN, M. Trustworthiness as a source of competitive advantage. **Strategic management journal**, v. 15, n. S1, p. 175-190, 1994.

BATHKE, M. E. M. O turismo sustentável rural como alternativa complementar de renda à propriedade agrícola: estudo de caso-Fazenda Água Santa-São Joaquim-SC. **Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção)** – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2002.

BRAGA, M. J. Redes, alianças estratégicas e intercooperação: O caso da cadeia produtiva da carne bovina. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v39, p.11-16, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo de Rural: conceituação e características básicas**. Brasília; Brasil: MTUR. 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: **Módulo Operacional 7: Regionalização turística**. Ministério do Turismo. Brasília, 2007.

BRIONES, G. **Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales**. Trillas, 1998.

CARVALHO, M. S.; MOESCH, M.M. Turismo como fenômeno social e suas implicações no espaço rural. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.6, n.2, p.442-457. São Paulo, 2013.

CUNHA, S. K. da; CUNHA, J. C. da. Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, n. SPE2, p. 63-79, 2005.

Czernek-Marszałek, K. (2018). Cooperation evaluation with the use of network analysis. **Annals of Tourism Research**, 72, 126-139.

DAS, T. K. e TENG, Bing-Cheng. Between trust and control: developing confidence in partner cooperation in alliances. **Academy of Management Review**, v. 23, n. 3, p. 491-512, jul/ 1998.

DE CARVALHO, J. F. et al. A cooperação entre redes de pequenas empresas: antecedentes, etapas e resultados da estratégia de intercooperação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 7, n. 1, p. 35-70, 2018.

DE OLIVEIRA GARCIA, R. K.; ZOTTIS, A. M.; BONHO, Daniel Vicente. A gastronomia e seu uso turístico: a contribuição do projeto de extensão “turismo e gastronomia: unindo sabores e saberes” para a valorização do patrimônio cultural imaterial. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 12, n. 2, p. 67-82, 2015.

DURKIN, J.; PERIĆ, M.; ŠEBREK, J. K. Addressing organisational challenges of cultural tourism in rural areas through community-based tourism model. **International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe**. v. 4, p. 145-157, 2017.

EMMENDOERFER, M. L.; VASCONCELOS, A. M.; FONSECA, P. C. Economia social no contexto da gestão do sistema cooperativista: uma revisão de conceitos. **SINERGIA-Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis**. v. 11, n. 2, p. 21-28, 2007.

GEBREKIDAN, D. A.; AWUAH, G. B. Interorganizational cooperation: a new view of strategic alliances: The case of Swedish firms in the international market. **Industrial Marketing Management**, v. 31, n. 8, p. 679-693, 2002.

GRIN, E. J.; ABRUCIO, F. L. Quando nem todas as rotas de cooperação intergovernamental levam ao mesmo caminho: arranjos federativos no Brasil para promover capacidades estatais municipais. **Revista do Serviço Público**, v. 69, p. 85-122, 2018.

GUERRA, I. C. **Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso**. Lucerna, 2006.

GUMMESSON, Evert. Qualitative research in marketing: Road-map for a wilderness of complexity and unpredictability. **European journal of marketing**, v. 39, n. 3/4, p. 309-327, 2005.

GUZMÁN, G. L. J. T.; CAÑIZARES, S. S. M. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, v. 6, n. 2es, 2008.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica: competitividade e globalização**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br>. Acessado em: 21 de dezembro de 2018.

JESUS, C; FRANCO, M. Cooperation networks in tourism: A study of hotels and rural tourism establishments in an inland region of Portugal. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 29, p. 165-175, 2016.

KHAMIS, A. M.; KAMEL, M. S.; SALICHS, M. A. Cooperation: concepts and general typology. In: Conference proceedings – IEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics, 2006, Madrid. **Proceedings**. Madrid, 2007.

KONZEN, R. R. P; OLIVEIRA, C. A. O. Intercooperação entre cooperativas: barreiras e desafios a serem superados. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, v. 2, n. 4, p. 45-58, 2015.

LARENTIS, F.; ANTONELLO, C. S.; SLONGO, L. A. Marketing de relacionamento e transformações culturais organizacionais: um estudo de casos múltiplos em díades. **XXXIV Encontro da ANPAD**, 2010.

LEWIS, J.D. The new power of strategic alliances. **Strategy & Leadership**, Vol. 20, No. 5, pp. 45 – 62, 1992.

MARIOTTI, H. **Pensamento complexo**: suas aplicações à liderança, à aprendizagem e ao desenvolvimento sustentado. São Paulo: Atlas, 2007.

MCGEHEE, N. G. An agritourism systems model: A Weberian perspective. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 15, n. 2, p. 111-124, 2007.

MEDINA-MUÑOZ, D. R.; MEDINA-MUÑOZ, R. D.; CHIM-MIKI, A. F. Tourism competitiveness assessment: the current status of research in Spain and China. **Tourism Economics**, v. 19, n. 2, p. 297-318, 2013.

MIELKE, E. J. C; SILVA, J. A. S. A cooperação no desenvolvimento de destinos turísticos: importância como política pública e como instrumento propulsor na comercialização de produtos turísticos locais. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 7, n. 2, p. 3-21, 2017.

MIGCHELS, N. Strategy typology and chain co-operation. In: TRIENEKENS, J. H.; OMTA, S. W. F. (eds.). **Paradoxes in food chains and networks**. Agricultural University – Management Studies Group Wageningen University. Proceedings of the Fifth International conference on Chain and

Networks Management in Agribusiness and Food Industry. Noordwijk, 06-08 June 2002. Wageningen, The Netherlands: Wageningen Academic Publisher, 2002, p. 309-319.

**Ministério do Turismo** – MTUR. Acesso à Informação. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 30 de maio 2018, 2016

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo rural: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

OLIVER C. Determinants of interorganizational relations: integration and future directions. **The Academy of Management Review**, v.15, n.2, p.241-265, 1990.

OLIVER, A. L.; EBERS, M. Networking network studies: an analysis of conceptual configurations in the study of inter-organizational relationships. **Organization studies**, v. 19, n. 4, p. 549-583, 1998.

Organização Mundial do Turismo (OMT). **Turismo no Brasil 2011- 2014**. Disponível em: <[http://www.portalbrasil.net/downloads/TurismoBrasil\\_Referencial\\_2011\\_2014\\_Mtur.pdf](http://www.portalbrasil.net/downloads/TurismoBrasil_Referencial_2011_2014_Mtur.pdf)>. Acesso em: 30 mai 2018.

PALMATIER, R. W.; DANT, R. P.; GREWAL, D.; EVANS, K. R. Factors influencing the effectiveness of relationship marketing: a meta-analysis. **Journal of marketing**, v. 70, n. 4, p. 136-153, 2006.

PARESISHVILI, O; KVARATSKHELIA, L; MIRZAEVA, V. Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. **Annals of Agrarian Science**, v. 15, n. 3, p. 344-348, 2017.

PERALES, Y. R. M. Rural tourism in Spain. **Annals of tourism Research**, v. 29, n. 4, p. 1101-1110, 2002.

PEREIRA, B. A. D. et al. Desistência da cooperação e encerramento de redes interorganizacionais: em que momento essas abordagens se encontram?. **INMR-Innovation & Management Review**, v. 7, n. 1, p. 62-83, 2010.



PEREIRA, J. C. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde humanas e sociais**. São Paulo: Edusp, 1999.

PIMENTEL, T. D; PIMENTEL, M. P. C. Destino Turístico Como Construção Coletiva: Os Atores Envolvidos E Sua Necessidade De Articulação. **TURyDES**, v. 8, n. 18, 2015.

PME/ERECHIM - Prefeitura Municipal de Erechim. **Festa di Bacco**. Disponível em: <<https://www.pmerechim.rs.gov.br/pagina/621/festa-di-bacco>>. Acesso em: 7 fev. 2019.

PORTUGUEZ, A. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999

RAAB, J.; KENIS, P. Heading toward a society of networks: Empirical developments and theoretical challenges. **Journal of management inquiry**, v. 18, n. 3, p. 198-210, 2009.

SÁNCHEZ, A. G.; GARCÍA, F. J. El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios? **Cuadernos de Turismo**, 2003, 11, 97-106. Disponível em: <<http://revistas.um.es/turismo/article/view/19581/18921>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

SELIN, Steven; BEASON, Kim. Interorganizational relations in tourism. **Annals of tourism research**, v. 18, n. 4, p. 639-652, 1991.

SOARES, W. B.; WEGNER, D.; DOLCI, P. C. Fusão como Estratégia de Crescimento de Redes de Cooperação Empresarial: um estudo de caso em uma rede de farmácias. **Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)**, v. 15, n. 1, p. 83-96, 2016.

TENG, B. S.; DAS, T. K. Governance structure choice in strategic alliances: The roles of alliance objectives, alliance management experience, and international partners. **Management Decision**, v. 46, n. 5, p. 725-742, 2008.

YIN, R.K. Estudo de caso: **planejamento e método**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

WILSON, J.; HYNES, N. Co-evolution of firms and strategic alliances: Theory and empirical evidence. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 76, n. 5, p. 620-628, 2009.

..