

Redes e Turismo: Questões Teóricas sobre o Tema

Networks and Tourism: Theoretical Questions on the Topic

Elaine JOHN; Mariana Pires Vidal LOPEZ [1](#)

Recibido: 16/12/16 • Aprobado: 25/01/2017

Conteúdo

[1. Introdução](#)

[2. Redes](#)

[3. Considerações finais](#)

[Referências](#)

RESUMO:

O artigo tem como objetivo compreender as redes que trabalham em prol do turismo, para isso foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o tema e os estudos mais relevantes nesta área. As redes são ferramentas essenciais que visam a integração dos atores em busca de um fortalecimento organizacional, que impulse o aumento da competitividade de determinados setores. As redes no turismo são fundamentais pela busca do desenvolvimento local e pelo aumento da competitividade das organizações envolvidas. A partir dos estudos analisados neste artigo, percebe-se que as redes turísticas se bem estruturadas, auxiliam no desenvolvimento do trade turístico nas cidades turísticas.

Palavras-chaves: redes; redes e suas dimensões; turismo

ABSTRACT:

The article aims to understand the networks that work in favor of tourism, for this was carried out a bibliographical research on the theme and the most relevant studies in this area. Networks are essential tools that aim at the integration of the actors in search of an organizational strengthening, that impels the increase of the competitiveness of certain sectors. Networks in tourism are fundamental for the search for local development and for increasing the competitiveness of the organizations involved. From the studies analyzed in this article, it can be seen that the tourist networks, if well structured, help in the development of tourism trade in tourist cities.

Key Words: Networks; Networks and their dimensions; tourism

1. Introdução

O turismo tem como princípio o deslocamento de pessoas de um local ao outro de forma temporária, o que se denomina de pólos emissores e receptores de turismo e nestes movimentos que se constituem as redes de relacionamento para o desenvolvimento do turismo. Essas redes são caracterizadas pelos atores sociais, o poder público, o mercado turístico e o turista (URANO, SIQUEIRA E NÓBREGA, 2011).

Esta temática, vem sendo aprimorada pelo estado brasileiro na busca de políticas públicas mais

eficientes. E com isso apresentam-se modelos de descentralização do poder os quais envolvem os atores dos trades, para que com sua integração possam ocorrer ações integradas com objetivos e ações integradas.

Parte deste dinamismo do trade turístico é fruto de atividades internas de inovação e parte da incorporação de inovações externas, assim o novo modo de organizações turísticas em redes permite evidenciar os nichos estaduais e regionais de inovação compreendendo o potencial das redes e propondo novas formas que podem potencializar o processo de desenvolvimento turístico. Dentro dessa ótica, o progresso passa a ser analisado como resultado ao longo prazo, de esforços de múltiplos atores, cada um perseguindo objetivos específicos, mas integrados entre si.

Nesta perspectiva, a análise das redes de cooperação é complementada por Tálamo (2008, p.34) afirmando que "os atores da rede de cooperação estabelecem elos de ligação entre si e esta ligação é que define a estrutura em forma de rede e sua taxonomia". Assim, o aspecto fundamental para o entendimento das redes dentro do turismo, situa-se no padrão das conexões entre os atores, e a ocorrência ou não de interações que viabilizam o fluxo de recursos tangíveis e intangíveis.

Este sistema de conexões concede importância ao número de linhas que se encontram; ao grau de interconexão; ao volume de informações transportados; ao investimento de capital; à qualidade e à quantidade do recursos intangíveis disponíveis, podendo deste modo influenciar a evolução e importância das redes que se interrelacionam, procurando crescer mutuamente principalmente através de inovações e de estratégias sustentáveis(SCHILLEA, 2008).

Deste modo o presente estudo, realizado através de pesquisas bibliográficas sobre as temáticas de redes e turismo, visa compreender como as redes podem trabalhar em prol do turismo.

2. Redes

As redes são relevantes meios de novas perspectivas com respeito à coordenação, colaboração e cooperação dos atores em trades turísticos, gerando estruturas que fortalecem e coordenam esforços integrados de diferentes atores (DURAN, 2013; HATIPOGLU et al., 2016). Estes modos organizacionais, visam a interação permanente, e seu sistema produtivo ou de serviços que na sua maioria não são fechados, e sim abertos, interagindo com outros sistemas ou outras redes (BARQUERO, 1999).

Estes modelos inter-organizacionais se destacam através de práticas cooperativas, principalmente entre a Quintupla Hélice composta por governos, instituições/universidade, empresas, sociedade e contexto sustentável (CARAYANNIS et al., 2012). Deste modo, políticas públicas destinadas a integração e cooperação de novas formas de organização devem ser incentivadas, principalmente através da constituição de redes, as quais podem colaborar para o desenvolvimento econômico e social tanto a nível setorial, como regional e nacional (LUNDVALL, 2000).

As redes neste aspecto tornam-se ferramentas essenciais que visam a integração dos atores em busca de um fortalecimento organizacional, que impulse o aumento da competitividade de determinados setores, como o turístico por exemplo.

2.1 Formação e Dinâmica das Redes

A partir da década de 80, o mundo encontrava-se em um cenário de incertezas, crises econômicas, aumento da competitividade e o esgotamento do modelo de produção centralizado nas grandes cidades. Foi neste período que empresas de pequeno a médio porte, resolveram unir os seus conhecimentos aos seus parceiros e concorrentes locais, formando redes produtivas. Esta nova forma de organizacional é a mais expressiva transformação econômica e política desde o nascimento do capitalismo industrial, sendo desintegrada e com tramas flexíveis (redes) reorganizando profundamente as empresas com a desverticalização e uma

descentralização de unidades operacionais (PIORE; SABEL, 1984). Assim como, a redução das hierarquias e o crescimento das relações externas que se constituem traços marcantes das redes (SABEL, 1990).

Mudanças nos aspectos macro com mudanças nos aspectos micro, através do crescimento da colaboração permite então, um maior controle sobre o ambiente através de novas formas de interações como subcontratações, alianças estratégicas, ou até mesmo relações informais. Deste modo percebe-se que a flexibilidade e a reversibilidade são condições importantes das "redes", assim como a reciprocidade e confiança entre os atores (BARQUERO, 1999). As redes representam assim, uma forma de organização econômica dotada de especificidades próprias, utilizadas de forma extensa, para a troca de ativos produtivos possuindo características próprias, criadoras de valor (OCDE, 2004).

O mercado pode se desenvolver então com criações de valor oriundas, de formas técnico-econômicas, onde a unidade de referência não é mais a firma, mas um centro de relações coordenadas entre seus diferentes atores, além de produzir novas estratégias de inovação via colaboração, sem apagar a identidade e a personalidade distinta de cada um dos participantes (PEREZ, 2004).

Neste aspecto, as redes permitem que se diminua a rivalidade e aumente a cooperação, efetuando novas estruturas possam crescer de forma onde a sinergia existente fica evidente com o engajamento das instituições refletindo a busca de oportunidades para todos os envolvidos (BARQUERO, 1999). Além destas características a formação e dinâmica das redes interorganizacionais podem ser compreendidas através dos contatos iniciais, da formatação legal e organizacional do desenvolvimento e da consolidação da rede propriamente dita conforme Wegner (2011) na figura 1.

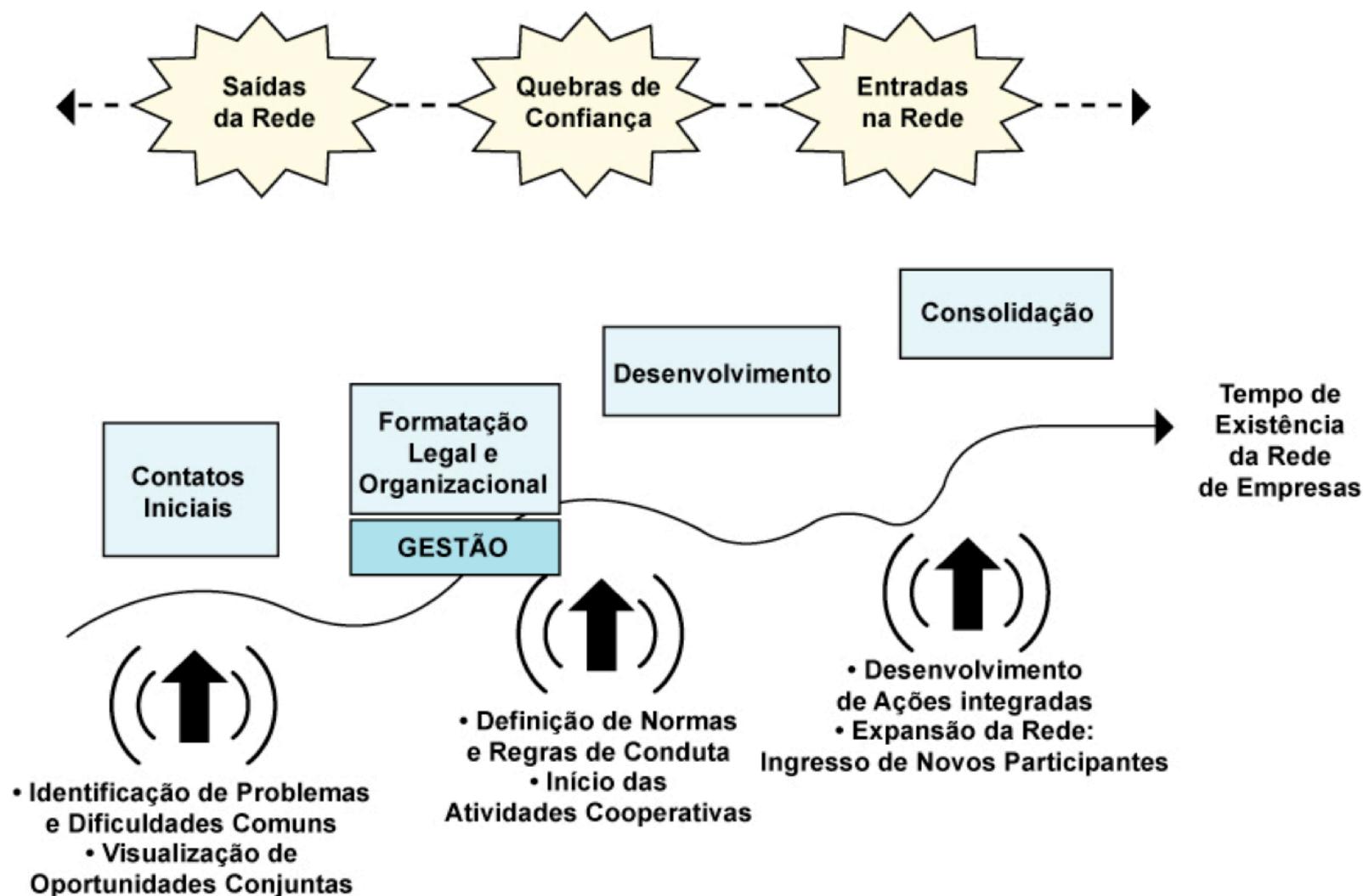


Fig1. Formação e dinâmica das redes interorganizacionais

Fonte: Douglas Wegner (2011)

Coloca-se em evidência para as redes a mobilidade das alianças, a vantagem de acordos, a volatilidade das configurações e a multiplicidade dos modos de coordenação, e dos

mecanismos institucionais não ligados ao mercado, como a parcerias, confiança e o reconhecimento da capacitação dos parceiros.

É evidente ressaltar que os laços somente tornam-se cooperativos quando propiciam um processo dinâmico de desenvolvimento de recursos e competências, baseado em três aspectos básicos: extensão do ato de cooperação as esferas de produção e ao desenvolvimento de processos e produtos; generalização de um efeito de aprendizado recíproco baseado em relações bilaterais; interpenetração entre as organizações participantes do acordo de forma a coordenar ações (BARQUERO, 1999). Assim os acordos de cooperação simples dão lugar as redes que melhoram as vantagens competitividade das empresas e permitem aumentar rendimentos e cotas do mercados (OLIVEIRA et.al., 2015).

As vantagens competitivas da união destas forças locais, estão relacionadas com adoção de fatores de produção específicos e de qualidade, a existência de um sistema e uma organização eficiente, o estímulo da demanda local e a cultura do desenvolvimento empreendedor (BARQUERO, 1999). Deste modo, as redes estão mais interessadas em monitorar os atores e perceber padrões que possam sinalizar novas tendência produtivas e de serviços (IKENAMI et al., 2016).

2.2 Redes e Suas Dimensões

A rede consolida um novo padrão de organização, que contribui para a superação das limitações organizacionais, enfatizando as noções de fluidez e interdependência.

Neste sentido Planque (1991) propõem três categorias de redes: as redes interindustriais que se referem à relação insumo-produto; às redes inter-individuais que correspondem às relações entre indivíduos, tanto no interior da empresa como entre empresas; as redes inter-firmas ou inter-organizacionais que podem tomar múltiplas formas, como Joint-Ventures, consórcios, alianças estratégicas, cooperação técnica e relações intertécnicas. Estas três categorias podem se entrelaçar e qualquer que seja a composição das redes, o objeto da análise não é sua composição, mas propriamente sua interação (SCHILLEA, 2008).

Observando as interações oriundas das redes organizacionais, pode-se notar que estas podem ser difusas (com maior número de atores) ou densas (com menor número). Esta difusão ou não das redes diz respeito as relações existentes entre os atores (Fig 2) e não necessariamente a sua proximidade geográfica segundo Gnyawali e Madhavan (2001).

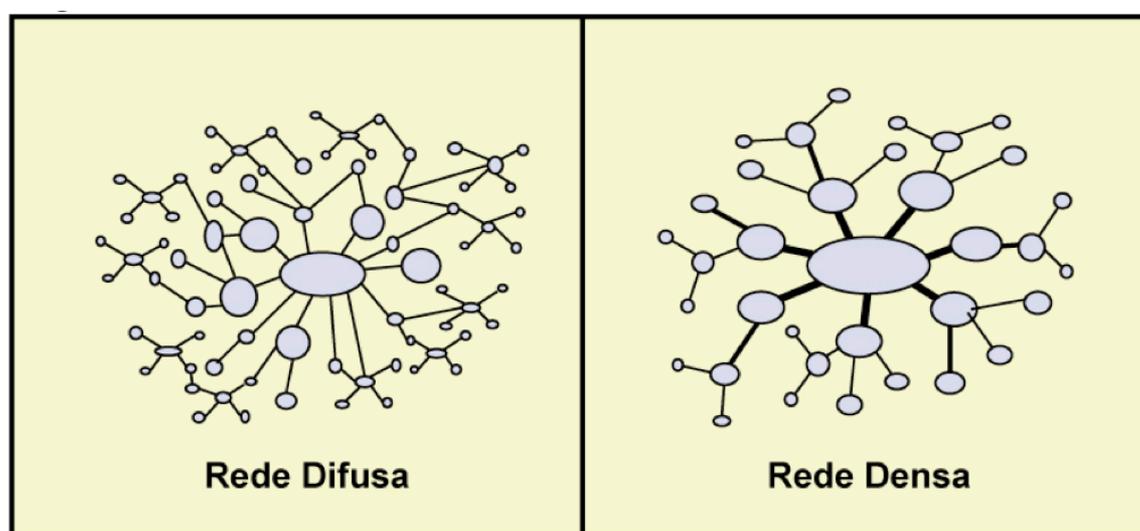


Fig 2. Rede Difusa e Rede Densa
Fonte: Gnyawali e Madhavan (2001)

Deste modo, um distrito industrial é sempre um cluster e pode ser uma rede, mas o contrário não necessariamente é o mesmo, pois uma rede pode estar localizada em distintas localidades geográficas (SCHMITZ, 1995). Este ambiente se estrutura em função de vínculos produtivos, inovadores e sustentáveis entre os atores, concebidos de forma interorganizacional como cooperação de P&D; cooperação técnica; cooperação em matéria de produção ou

comercialização entre outros (SCHILLEA, 2008).

Analisando sua tipologia, identifica-se formas e funções das organizações existentes, com certa individualidade em cada caso organizacional e tornando assim redes mais competitivas dentro de seu nicho de mercado (FREITAS et.al, 2012). Entre os atributos importantes das tipologias estruturais de uma rede está o seu tamanho, densidade (medida pela intensidade dos contatos), círculos sociais e as proximidade de papéis e posições de diferentes membros, diversidade de atores na rede, estrutura de comunicação e conectividade entre os membros, centros de controle e concentração de poder, configuração espacial das posições, coesão social entre atores e a eficiência ou existência das transações e trocas (TODEVA, 2006).

Neste aspecto nota-se que as tipologias mais comuns encontradas são as hegemônicas, árvore (vertical), circular, regular, centro/periferia, pequeno mundo, universal, cluster, cadeia de valor conforme Fig. 3 (TODEVA, 2006).

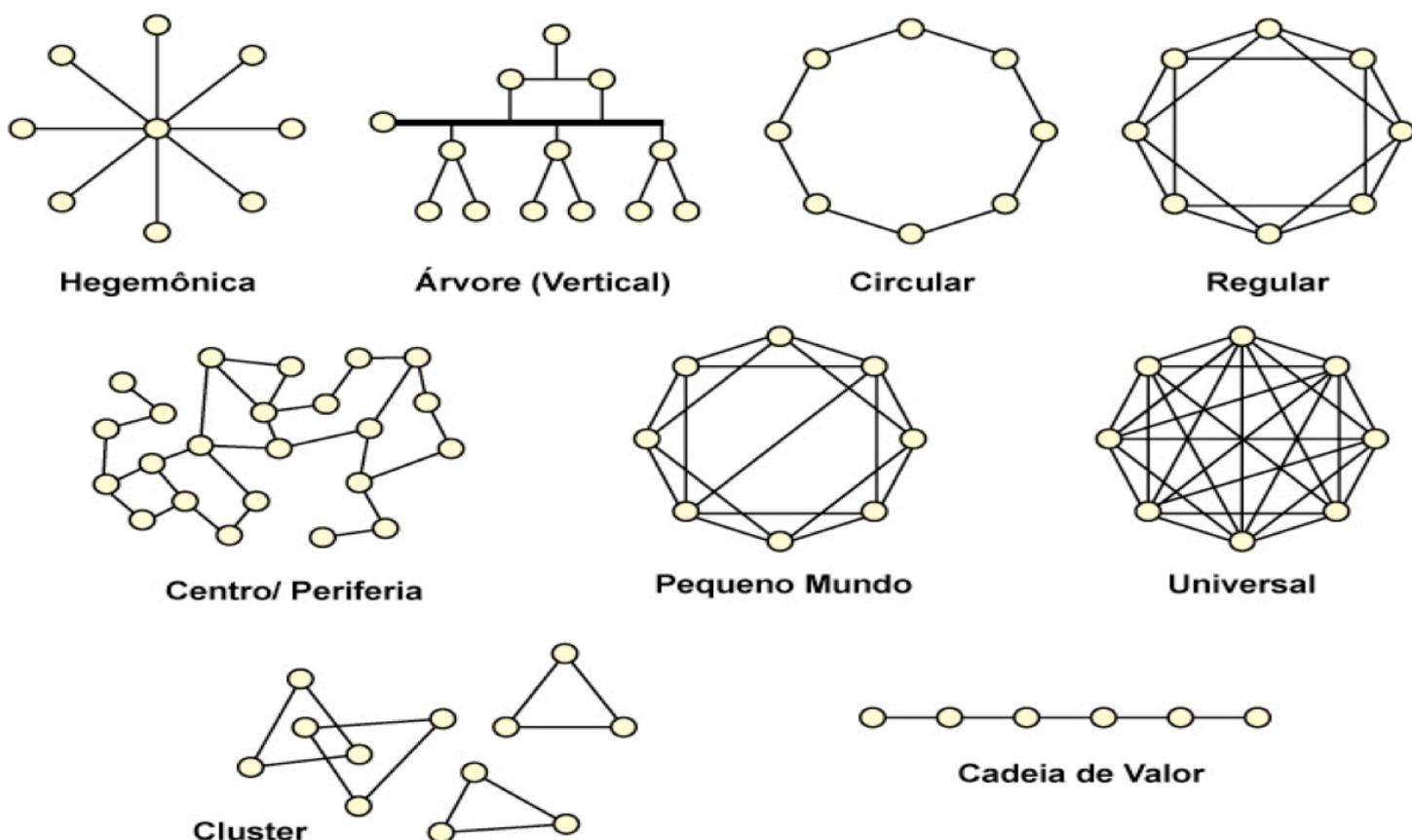


Fig. 3 Tipologia das Redes
Fonte: Todeva (2006)

A rede pode ter também ser caracterizada por sua tipologia de altos níveis de mobilidade ocupacional e transferência de tecnologia entre os atores; uma sofisticada infraestrutura de capital de risco, consultores, empresas de publicidade, de advogados, entre outros; uma complexa divisão social do trabalho e economias externas; uso de inovações ou tecnologias avançadas (SCHILLEA, 2008).

Nas organizações público-privadas torna-se evidente ressaltar a importância dos atores para o funcionamento das redes, sendo perceptível que a gestão pública pode ser a grande alavanca de impulso de uma rede através de recursos e financiamento do desenvolvimento de instituições locais, em cenários dinâmicos, onde as organizações devem adequar seu formato organizacional ao caráter sistêmico e rápido de processos competitivos e inovadores (DIAS, 2011).

Assim, as redes em especial as turísticas são mecanismos que tem como seu principal recurso o contato direto entre os atores envolvidos em cada um dos trades, apoiando a estruturação e consolidação de produtos turísticos, além de fomentar a política pública de municipalização e regionalização turística, a qual visa desenvolver o turismo como ferramenta de crescimento econômico e social (VIEIRA et.al., 2011).

2.3 Redes no Turismo

A distribuição de renda, de riqueza e crescimento econômico não são processos que surgem e tomam forma de maneira paralela, mas sim que adquirem uma dinâmica comum, devido às ações que os atores públicos e privados desenvolvem buscando aumentar a produtividade e competitividade das organizações, além de resolver os problemas locais e o bem estar da sociedade através das redes (BARQUERO,1999).

Neste aspecto as redes no turismo são fundamentais pela busca do desenvolvimento local e pelo aumento da competitividade das organizações envolvidas. Estudos nacionais e internacionais se fazem relevantes na área.

Henriksen e Halkier (2009) percebem que o turismo regional na Dinamarca, estabeleceu-se em redes onde os stakeholders dependem uns dos outros, com estilo consensual da tomada de decisão e estabelecendo, mesmo em atividades de longa duração. Já Volgger e Pechlaner (2015) em um levantamento qualitativo baseado em estudos de 2012-2014 na região da Áustria, Bavária e sul do Tirol (região dos Alpes), vincularam as redes de stakeholders e o dinamismo inovativo, indicando a necessidade de novas pesquisas que enfoquem as disparidades e aspectos negativos da ligação dos stakeholders, assim como o dinamismo e as redes de cooperação.

Quadro1. Redes e Turismo

Autores	Temas Abordados	Amostra – População
Curtis, Hoffmann (2009)	Redes, cooperação e Setor Hoteleiro	Setor Hoteleiro e cooperados de Gramado e Canela (RS).
Fratucci (2009)	Territórios-redes, redes regionais, políticas públicas	Estado do Rio de Janeiro
Lima (2010)	Arranjos Colaborativos; Gestão do Turismo; Instituições Setor Público e Privado ou da Sociedade Civil	Setor estratégico de Itacaré – Bahia
Pereira, Fernando (2010)	Turismo, ciclo de vida do produto, cooperação	Litoral Urbano de Natal – Rio Grande do Norte
Andrighi, Hoffmann (2010)	Cooperação, redes interorganizacionais, competitividade	Atores do destino turístico de Urubici – Santa Catarina
Braga, Braga, Souza (2010)	Rede de Empresas, Indicadores, Desempenho e Competitividade	Rede de Agência de viagens e turismo do Rio Grande do Sul
Dias (2011)	Turismo, Paradiplomacia (cidades desenvolvem turismo e parceiras a nível	Cidades/Países do Mercosul

	global independente do governo federal), Cidades do Mercosul	
Andrighi, Hoffmann, Ribeiro (2011)	Redes, Relações Interorganizacionais, Aglomerações	Publicações Científicas de Redes no Brasil
Flecha, Silva, Fusco, Bernandes (2012)	Redes de empresas, alianças	Atores da Rede de Turismo da cidade de Ouro Preto - Minas Gerais
Hoffmann, Campos (2013)	Aglomerações Turísticas, RBV, Instituições de Suporte, Instituições Públicas,	7 Cidades da Costa Verde e Mar /SC
Oliveira, Pedro, Marques (2015)	Empresas Hoteleiras, Eficiência	Indústria Hoteleira de Algarve – Portugal

Curtis e Hoffmann (2009) apontam questões de cooperação, flexibilidade, aprendizado mútuo, confiança e reputação que influem para efetivação de interações entre os atores, mas que não podem garantir a sua existência. O estabelecimento das redes é fomentado por estes autores dependendo do equacionamento das características citadas. Seus estudos foram voltados ao setor hoteleiro e cooperados de Gramado e Canela/RS. Fratucci (2009) verificou a questão espacial do turismo e sua gestão no contexto das Políticas Públicas, apontando o descaso direcionado para o ordenamento do turismo nacional.

Ações de setores e atores são as chaves do turismo para Lima (2010), o qual aponta que o envolvimento permite construir bases para uma sustentabilidade holística em turismo, de forma a mitigar os impactos negativos da atividade no destino, e conseqüentemente, dar uma robustez continuada ao desenvolvimento.

Pereira e Fernando (2010) apontam que as estratégias de cooperação aumentam a competitividade do produto turístico e deve ocorrer de maneira continuada e não somente de maneira pontual. Para isso, faz-se a necessária participação conjunta do poder público, iniciativa privada e terceiro setor.

Andrighi e Hoffmann (2010) em seus estudos no destino turístico de Urubici/SC pontuou a inexistência de uma rede interorganizacional entre as organizações do turismo local, havendo baixa confiança nos atores pesquisados, e ocorrendo neste local uma aglomeração territorial de destinações turísticas, porém não podendo ser considerada uma rede.

Já nos estudos da rede de agências de viagens e turismo no Rio Grande do Sul a rede de cooperação foi pontuada com melhora no desempenho competitivo das mesmas, e os resultados comprovam a ocorrência dos potenciais benefícios passíveis de serem obtidos em função de redes de empresas conforme Braga, Braga, Souza (2010). Dias (2011) aponta que o turismo a nível paradiplomático deveria ser mais explorado a nível Mercosul e que as cidades desenvolvem turismo e parcerias a nível global independente do governo federal.

Andrighi, Hoffmann, Ribeiro (2011) verificaram as publicações científicas no Brasil (periódicos nacionais e internacionais qualis A, selecionados pela CAPES entre 2000 a 2005 na área de Ciências da Administração), apontando diferenças entre os estudos realizados no Brasil (geralmente médias e pequenas empresas localizadas na mesma aglomeração territorial) e aqueles efetuados no exterior (grandes empresas, em processo de desverticalização).

Na rede turística de Ouro Preto/MG ocorre a presença fragmentada e fortemente assimétrica da rede (não estática e dinâmica, sendo cada um para si). As parcerias são fracas e com falta de interação entre os atores. A interação da rede ocorre exclusivamente pelos turistas, sem qualquer indício de cooperação e/ou interações entre os nós (atores). E ocorre a necessidade de melhor distribuição do turismo no local estudado conforme Flecha, Silva, Fusco, Bernandes (2012).

Hoffmann, Campos (2013) estudou sete cidades da Costa Verde e Mar/SC e apontou que apesar de haver muitas instituições ligadas ao turismo, pouco mais da metade delas realmente possui o turismo no seu escopo. Existem ainda as redes nas aglomerações, que são do tipo interorganizacional, e o papel das instituições públicas em tais redes locais é relevante, até mesmo para continuidade da atividade turística, nesta região. As instituições de apoio presentes podem ser recursos competitivos das destinações estudadas, mas não se pode assegurar que eles gerem vantagem competitiva a essas destinações.

Nos estudos sobre os hotéis de Algarve – Portugal de Oliveira, Pedro, Marques (2015), foram encontrados níveis elevados de ineficiência na rede e as diferenças de eficiência prendem-se com a gestão, o fraco uso de infraestruturas (época baixa), a sazonalidade e o ambiente institucional e contextual.

Os estudos apresentados apontam diversos fatores que podem influenciar o sucesso ou fracasso das redes turísticas em determinados destinos. Corroborando com tal fator as estratégias políticas são fatores que podem determinar e incentivar as redes a se desenvolverem e serem mais competitivas.

3. Considerações finais

A partir dos estudos analisados neste artigo, compreende-se que as redes turísticas se bem estruturadas, auxiliam no desenvolvimento do trade turístico nas cidades turísticas. Observa-se que ainda é incipiente a participação da população local em relação a esta abordagem, o que denota que os poderes públicos e privados não consideram os autóctones como relevantes nas redes e isto faz com que o desenvolvimento local turístico das cidades se torne cada vez menos competitivos, pois para haver o turismo nas localidades é necessário que o poder público, poder privado e população local estejam de comum acordo.

Observa-se também que as redes quando são incorporadas somente em um nicho de mercado turístico, tem uma maior possibilidade de dar certo, pois todos os componentes sabem da relevância em se trabalhar em redes, tendo a possibilidade de ratear os custos como a publicidade, por exemplo, melhorar a qualidade de serviços como treinamento conjunto de mão-de-obra, compras conjuntas de utensílios padronizados de hotéis, etc. e isto conseqüentemente trás um aumento de turistas na localidade.

É necessário que as redes turísticas atendam a todos os envolvidos dos destinos turísticos, pois somente trabalhando em parcerias que as cidades se tornam atrativas e vão competir com outros destinos turísticos. Neste aspecto futuras pesquisas poderão efetuar levantamentos empíricos que fortaleçam o ensaio teórico apresentado.

Referências

ALT, E., CASTRO, E. P.D., MONTES, F. J. L. (2015). Linking Employee Stakeholders to Environmental Performance: The Role of Proactive Environment Strategies and Shares Vision. Journal Business Ethics. Netherlands.

ANDRIGHI F. F., HOFFMANN V. E. (2010). Redes e Cooperação na Destinação Turística de Urubici/SC. Revista Turismo em Análise. São Paulo v. 21, n.1.

ANDRIGHI F. F., HOFFMANN V. E.; ANDRADE M.A.R. (2011). Análise da Produção Científica no Campo de Estudos das Redes em Periódicos Nacionais e Internacionais. Revista de Administração e Inovação. São Paulo v.8 n.2.

- BARQUERO A.V. (1999) Desarrollo, Redes e Innovation: Lecciones sobre desarrollo endógeno. Madrid, Espanha: Ed. Pirámide S.A.
- BRAGA A. X. V, BRAGA D.P.G., SOUZA M. A. (2010). Desempenho e competitividade de empresas associadas em rede: um estudo em uma rede de agências de viagens e turismo do estado do Rio Grande do Sul – Brasil. Observatório de Inovação do Turismo. São Paulo v.1 n.2.
- CARAYANNIS, E. G.; BARTH, T. D.; CAMPBELL, D. F. J. (2012). The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. Journal of Innovation and Entrepreneurship v.1:2.
- CURTIS L. F., HOFFMANN V. E. (2009). Características Determinantes de Redes: Um Estudo nos Relacionamentos do Setor Hoteleiro das Destinações Turísticas de Gramado e Canela (Rs). Revista de Negócios. Blumenau, v. 14, n. 1.
- DIAS R. (2011) Paradiplomacia Y Turismo en las Redes de Ciudades del Mercosur. Estudios y Perspectivas en Turismo. Buenos Aires, v.20 n.1.
- DURAN, C. (2013). Governance for the tourism sector and its measurement. UNWTO Statistics and TSA. Issue Paper Series STSA/IP/2013/01.
- FLECHA A. C., SILVA A. V. C., FUSCO J. P. A., BERNANDES A. T.(2012). Redes de Empresas e seus efeitos sobre o Turismo. Revista de Administração de Empresas. São Paulo v. 52, n. 4.
- FRATUCCI A. C. (2009). Refletindo sobre a Gestão dos Espaços Turísticos: Perspectivas para as Redes Regionais de Turismo. Revista Turismo em Análise. São Paulo v. 20, n.3.
- FREITAS C. C.G., MAÇANEIRO M. B., KUHL M. R., SEGATTO A. P., DOLIVEIRA S. L. D., LIMA L. F. (2012). Transferência tecnológica e inovação por meio da sustentabilidade. Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro mar/abr.
- GNYAWALI D., MADHAVAN R. (2001). Cooperative networks and competitive dynamics: a structural embeddedness perspective. Academy of Management Review, v.26, n.3.
- HATIPOGLU, B.; ALVAREZ, M. D.; ERTUNA, B. (2016). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: the case of the Thrace region in Turkey. Journal of Cleaner Production, v. 111, n. 1, pp. 306-317.
- HENRIKSEN, P. F.; HALKIER, H. (2009). From Local Promotions Towards Regional Tourism Policies: Knowledge Processes and Actor Networks in North Jutland, Denmark. European Planning Studies, v.17, n.10.
- HOFFMANN V. E., CAMPOS L. M. S. (2013). Instituições de Suporte, Serviços e Desempenho: um Estudo em Aglomeração Turística de Santa Catarina. RAC. Rio de Janeiro v. 17 n. 1.
- IKENAMI, R. K.; GARNICA, L. A.; RINGER, N. J. (2016). Innovation ecosystems: an analytical approach of the business perspective for the formulation of interaction strategies. Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace, v. 7, n. 1, Ed. Esp. Ecosistemas de Inovação e Empreendedorismo, p. 162-174.
- LIMA I. B. (2010). As Dinâmicas e Relevância dos Arranjos Colaborativos na Gestão do Turismo Ecológico: experiências de Itacaré, Bahia. Revista Turismo em Análise. São Paulo v.21, n.1.
- LUNDEVALL B. A. (1992). National Innovation Systems:Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London: Pinter Publishers.
- LUNDEVALL, B. A. (2000). Tecnologia e Conhecimento na Nova Economia Políticas de Inovação na Economia do Aprendizado. Primeira abordagem na contribuição ao projeto “Produtividade Local por Amostragem Setorial e Sistemas de Inovação” no Brasil; novas políticas industriais e tecnológicas. Aalborg: Universidade de Aalborg.
- OCDE- Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento. (2004). Manual de Oslo: proposta de diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica.
- OLIVEIRA R. S.L. P., PEDRO M. I. C., MARQUES R. D. R. C. (2015). Avaliação da Eficiência das Empresas Hoteleiras do Algarve pela Metodologia Análise de Envoltória de Dados (DEA). Revista

Brasileira de Gestão de Negócios. São Paulo, v.17, n. 54.

PEREZ, C. (2004). Revoluciones tecnológicas, Câmbios de Paradigma y de marco Sócioinstitucional. In: Aboites, J. e Dutrénit G. Innovación, prendizaje y creación de capacidades tecnológicas. Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México p. 13- 46.

PEREIRA A. S., FERNANDO D. L. (2010). Relação entre Ciclo de Vida do Produto Turístico e Estratégias de Cooperação na Faixa Litorânea Urbana do Município de Natal. Revista Turismo em Análise. São Paulo v.21, n.1.

PIORE, M., SABEL C. (1984) The second industrial divide. New York: Basic Books.

PLANQUE. (1991). La Notion Reseade L'innovation, Revue Économie Regionale et Urbaine

RIBEIRO H. C. M., CORREA R. (2014). 10 Anos de Pesquisa da Revista Brasileira de Inovação sob a Ótica da Bibliometria e da Rede Social. Administração: Ensino e Pesquisa. Rio de Janeiro v.15 n.4.

SABEL C. (1990). La segunda ruptura industrial. Madrid: Alianza Editorial.

SCHILLEA, M. C. O. S.(2008). Inovação, Redes, Espaço e Desenvolvimento. Ed. E-papers, RJ: Rio de Janeiro.

Schmitz, H. (1995). Collective efficiency: growth path for samll-scale industry. Journal of development studies, 34(4), 529-566.

TÁLAMO, J. R. (2008). Formação e gestão de redes de cooperação empresarial. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. 233 p. Tese (Doutorado): São Paulo.

TODEVA, E. (2006). Business Networks: Strategy and Structure. London: Toutledge.

URANO, G.D., SIQUEIRA, S.F., NÓBREGA, W.R.M. (2011). Enfoques teóricos sobre Redes de Turismo Comunitário. V.11, ANPTUR. ANAIS.

VIEIRA, S.F.A., COSTA B.K., BOAVENTURA J.M.G. (2011). Análise de Stakeholders Aplicada a Órgãos Públicos. Revista de Ciências da Administração. Florianópolis/SC v.13 n.31.

VOLGGER M., PECHLANER H. (2015). Governing networks in tourism: what have we achieved, what is still to be done and learned? Tourism Review, Vol. 70 Iss 4 pp. 298 – 312.

WEGNER, D. (2011). Governança, gestão e capital social em redes horizontais de empresas: uma análise de suas relações com o desempenho das empresas participantes. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 204p. Tese (Doutorado): Porto Alegre.

1. Email: marividal@gmail.com

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 26) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados