



## Cluster Turístico: Análise da Produção Científica Nacional

Rafael Fagundes Mirailh, Paulo Vanderlei Cassanego Junior, Claudio Sonáglio Albano

### RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a produção científica nacional acerca do tema *Clusters Turísticos*. Trata-se de uma pesquisa de caráter bibliométrico e documental, sendo que o material analisado se refere aos artigos publicados em periódicos científicos nacionais. Utilizou-se a base de dados CAPES nos estratos A1 à B3 conforme Qualis-Capes até o ano de 2017, obtendo-se um total de 23 artigos relacionados. A análise possibilitou identificar características das publicações quanto as abordagens metodológicas e os métodos de pesquisa, os periódicos mais utilizados como meio de publicação, da mesma forma que os temas mais estudados. Se por um lado, percebeu-se que existe uma tendência das pesquisas em empregarem abordagens teóricas com maior ênfase nas estratégias, ou seja, na formação dos aglomerados como estratégia de desenvolvimento local ou estratégias individuais das firmas nos aglomerados. Por outro lado, constatou-se que nada foi pesquisado até o momento abordando Inovação e Tecnologia, da mesma forma que a Governança nestes aglomerados. Portanto, existe uma oportunidade para o avanço da pesquisa e para uma efetiva contribuição para o desenvolvimento da teoria.

**Palavras-chave:** *Cluster* turístico. Produção científica. Turismo.

## 1 INTRODUÇÃO

A indústria do turismo vem se consolidando como uma das grandes alternativas econômicas e sociais em diversos países, porém, no Brasil, de acordo com o Plano Nacional do Turismo (2018), o aproveitamento do setor turístico ainda não é o adequado tendo em vista as potencialidades existentes. Entretanto, o país é considerado o primeiro, entre 136 outros países, no quesito diversidade de recursos naturais. Em termos de gastos, o país em 2017 arrecadou, entre turistas internos e externos, o montante de quase 6 milhões de dólares, de acordo com o Ministério do Turismo (2018).

O turismo, é uma atividade que envolve diversos atores, contribuindo para o desenvolvimento sócio econômico das regiões onde ele é desenvolvido. Esta atividade pode ser vista como uma forma especial de consumo pois, reúne diversos bens e serviços elaborados por setores interdependes desenvolvidos especialmente para atender às necessidades dos viajantes (COSTA; MAIOR, 2006; OLIVEIRA; GONÇALVES, 2014).

Já a percepção que o turista possui sobre a qualidade de um destino turístico, é maior do que a simples viagem ao destino escolhido. Esta ideia de qualidade ocorre quando existe uma oferta integrada entre produtos e serviços. Devido a esta nova perspectiva no planejamento de destinos turísticos permite que se aplique o conceito de *cluster* também para os destinos turísticos. Cada aglomerado de atividades e facilidades transformam o destino em produto além de todos os demais componentes que são vendidos conjuntamente (TOLEDO; POLERO; VALDÉS, 2002; JACKSON; MURPHY, 2002).Porter (1999), trata estes aglomerados como a união entre os diversos atores que participam da aglomeração afirmando que os fornecedores especializados, as indústrias, os centros de pesquisas, as instituições de ensino e as empresas do setor de serviços. Esta reunião de diversos atores, ocorre na atividade turística e, podem e devem cooperar entre si com o propósito de alavancar a competitividade da região, por meio de um conjunto de fatores locais específicos. com certa quantidade de



empresas com a mesma natureza permitem a formação destas aglomerações.

Dada a importância do tema “*cluster* turístico”, esta pesquisa propõe-se a responder a seguinte questão: quais as características da produção científica acerca dos aglomerados turísticos no Brasil? Para responder essa questão, a pesquisa tem como objetivo identificar o perfil da produção científica sobre *cluster* turísticos no país.

Com este estudo pretende-se identificar as tendências e o crescimento do conhecimento, identificar os principais periódicos, identificar o perfil dos pesquisadores/autores e sua produtividade, além de medir o crescimento sobre o tema (VANTI, 2002). A pesquisa aborda, nos próximos parágrafos, as principais definições de *Cluster* e Turismo. Posteriormente a esta seção estão expressos os procedimentos metodológicos e análise dos dados coletados, seguido das considerações finais e proposta para estudos futuros.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico, serão abordados conceitos chave sobre *cluster*, desde suas primeiras definições até conceitos mais atuais. Logo após são abordadas as definições de turismo e *cluster* turístico, de conceitos que a literatura fornece à definição utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT), passando por dados relevantes acerca da atividade turística realizada no Brasil.

### 2.1 CLUSTER: CONCEITUAÇÕES

Os primeiros estudos realizados sobre aglomerados foram feitos por Alfred Marshal, que escreveu o livro *Principes of Economics*, sobre os aspectos externos às empresas, antes vistos apenas como organismos fechados, isolados e independentes e, a partir destes estudos novas formas organizacionais se proliferaram no meio industrial e do comércio formando relações em rede tornando cada vez mais importante a quebra de barreiras das fronteiras convencionais das empresas (KWASNICKA, 2006).

*Cluster* ou Arranjo Produtivo, como é conhecido no Brasil, não é algo recente, as empresas formam sistemas dotados de uma capacidade superior para competir e crescer, quando comparados às empresas da mesma indústria fora deste sistema (ZACARELLI, 2008).

O primeiro a utilizar termo *Cluster* no meio empresarial foi Michel Porter no livro *The Competitive Advantage of Nations* (1990). Em 1999, Porter define *cluster* como um conjunto de empresas e entidades que interagem, gerando e capturando sinergias, com potencial de atingir crescimento competitivo contínuo superior ao de uma simples aglomeração econômica.

Para Boaventura (2006), a definição básica de *Cluster* é a reunião de várias empresas que sejam de um mesmo setor, independentemente de serem de pequeno, de médio ou grande porte, em uma determinada área territorial cooperando entre si para obter vantagens que individualmente não seria possível.

As empresas de uma mesma cidade podem formar um *cluster*, se estas mesmas empresas se dedicarem a produzir o mesmo tipo de produto e, se este agrupamento fizer com que a competição assuma características diferentes. Entretanto, esta compreensão não pode estar limitada apenas à observação de aspectos como concentração geográfica ou processo de fidelização (ZACARELLI, 2008).

Para Iordache *et al* (2010) os *clusters* turísticos trazem benefícios significativos para a competitividade das regiões em três maneiras: a primeira, aumentando a produtividade das empresas em uma região geográfica; a segunda maneira, é que permite uma espécie de demarcação da direção e ritmo da inovação na região e por fim, estimula novos negócios. Esta



aglomeração geográfica permite que empresas e instituições relacionadas ao turismo busquem por meio de ação conjunta a obtenção de ganhos para todos os envolvidos (BENI, 2003; MARTINS *et al.*, 2016).

## 2.2 CLUSTER TURÍSTICO

A Organização Mundial de Turismo (OMT) em 2008 definiu que a atividade turística se trata de um fenômeno social, cultural e econômico, envolvendo a mobilidade de pessoas para fora de seus lugares de residência habitual, geralmente por prazer.

Já Pakman (2014), afirma que não existe uma definição exata sobre turismo, pois esta atividade é abordada de perspectivas e disciplinas distintas e sendo assim, existem diferentes definições. Deste modo, nem uma, nem outra poderia ser tida como absoluta, nem mesmo a própria definição de turismo definida pela OMT poderia ser colocada como única.

O serviço de turismo tem característica peculiar, é consumido logo após a sua aquisição e está sempre vinculado à outras atividades como o comércio, os transportes, os meios de hospedagens, as agências de viagens ou restaurantes. O turismo também proporciona o desenvolvimento de infraestrutura local por meio de portos, aeroportos, estradas, comunicação e outros.

De acordo com dados do Plano Nacional de Turismo do Ministério do Turismo (MT, 2016) a participação do turismo na economia brasileira representa 3,7% do PIB. Desde 2003 até 2009, o setor cresceu 32,4%, enquanto a economia brasileira cresceu 24,6%.

No que tange a geração de empregos o PNT (2016), afirma que o turismo contribui significativamente na geração de empregos, favorecendo principalmente jovens e beneficiários de programas sociais, tendo em vista que o turismo é uma atividade econômica que necessita de menor investimentos para criação de postos de trabalho.

Monfort (1999) adaptou a conceituação de cluster, puramente, a *cluster* turístico como sendo um conjunto completo de diversos elementos que os compõe como alojamentos, agências de viagens ou mesmo atividades de entretenimento permite o envolvimento mútuo entre empresas, indústrias e o setor público.

Por sua vez Beni (2003) conceitua *cluster* turístico enfatizando as características e os componentes de um *cluster*, dando maior destaque na articulação entre os agentes e a cooperação desenvolvida por meio da formação do aglomerado. Portanto, o *cluster* turístico é um conjunto de atrativos em um mesmo espaço geográfico composto por equipamentos e serviços de qualidade, eficiência coletiva, articulação desta cadeia produtiva com excelência gerencial que permite a geração de vantagens estratégicas e competitivas.

## 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo é caracterizado como uma revisão bibliométrica da produção científica nacional realizada no período de 2005 a 2017. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa descritiva, levantando em consideração as características da produção científica (HAIR JR. et al 2005; MARTINS; THEÓPHILO, 2009) sobre *cluster* turístico analisando artigos publicados neste período. Para o desenvolvimento da pesquisa foi utilizada a base de dados da CAPES.

A coleta de informações foi realizada em duas etapas. A primeira etapa da pesquisa foi realizada em periódicos das áreas de Administração, Ciências Contábeis e Turismo valendo-se do sistema Qualis (CAPES, 2016) nos estratos A1, A2, B1, B2 e B3. Outro critério metodológico foi a decisão em selecionar revistas com base online e que apresentavam em seu resumo os termos *Cluster*, Turismo, Aglomerados, Arranjo Produtivo Local e *Cluster* Turístico.



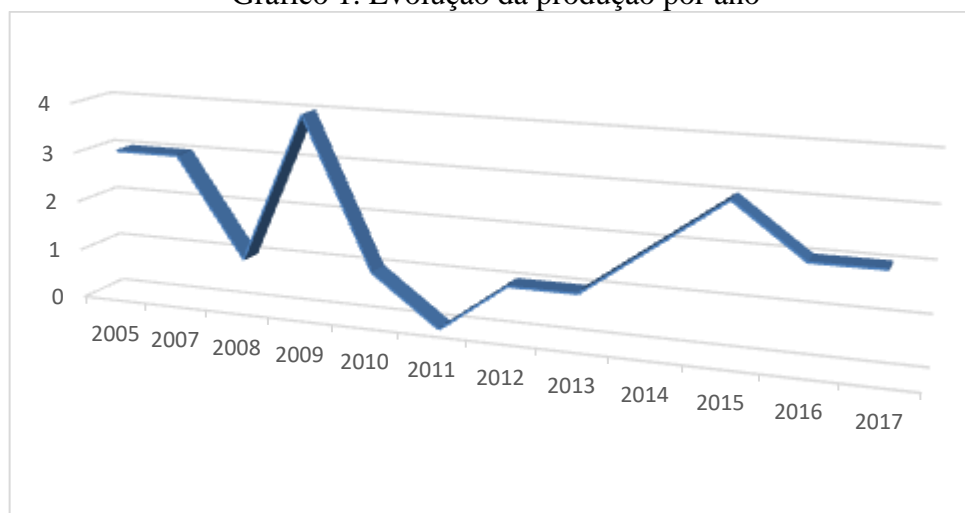
#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No estrato A1, não foram encontrados artigos na base CAPES. No entanto, o estrato A2 resultou em 15 artigos. Já na classificação B1 resultou em 36 artigos. Por sua vez o estrato B2 foram identificados 47 artigos e por fim, os periódicos classificados como B3 mantinham o registro de 40 artigos, totalizando 138 pesquisas. Logo após, foi realizada uma análise em cada artigo para identificar se algum destes estudos não se adequavam à proposta desta pesquisa ou estavam em duplicidade. No estrato A2 obtive-se apenas 01 (um) artigo válido, por sua vez no estrato B1, 16 artigos foram validados. No estrato B2, 4 artigos estavam de acordo com a proposta e no estrato B3 encontrou-se 2 artigos válidos. A quantidade final de artigos nacionais analisadas foi de 23 pesquisas.

Os dados foram analisados utilizando-se a análise categorial, uma das técnicas de análise de conteúdo, de acordo com a Bardin (1977). Os artigos selecionados foram classificados de acordo com as seguintes categorias: palavra-chave, periódico, Qualis Capes, área, título do trabalho, ano de publicação, resumo, autores e origem dos autores.

A produção de artigos verificada no estudo iniciou no ano de 2005, primeiros registros de publicações das pesquisas em âmbito nacional conforme gráfico 1. Três artigos foram publicados no primeiro ano, um abordava Competitividade e Sustentabilidade no APL (Arranjo Produtivo Local), o segundo abordava o Desenvolvimento de um APL e o terceiro sobre APL como Estratégia.

Gráfico 1. Evolução da produção por ano



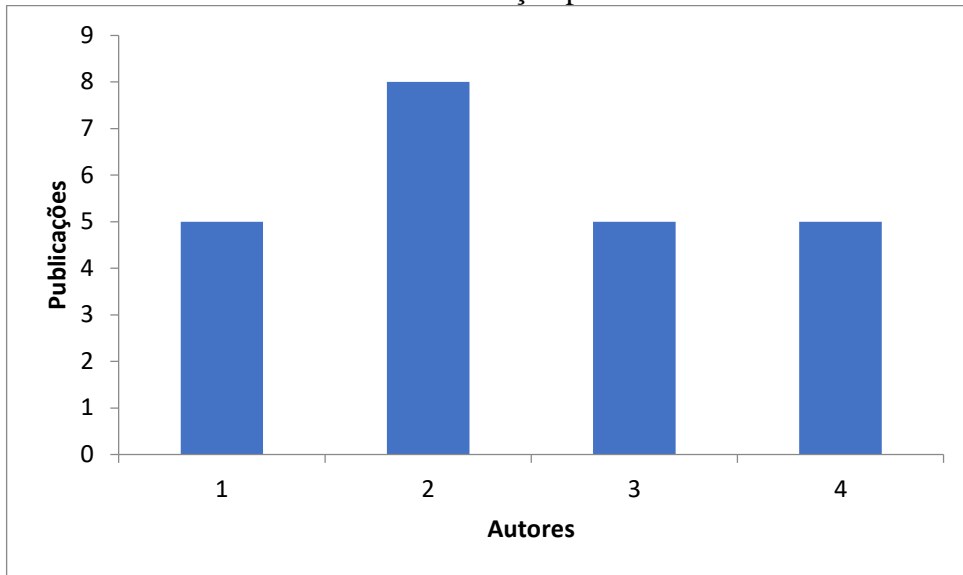
Fonte: elaborado pelos autores.

Identifica-se um pico de produção sobre *cluster* turístico no ano de 2008, no entanto em 2010 nenhum trabalho foi desenvolvido no Brasil que abordasse esta temática, nos anos posteriores verifica-se um suave interesse e por consequente publicações por parte dos pesquisadores mantendo-se estável com duas publicações nos anos de 2015, 2016 e 2017, após uma ligeira alta em 2014.

De acordo com as informações levantadas e demonstradas no gráfico 2, verifica-se que oito das publicações sobre Cluster Turístico tiveram apenas dois autores envolvidos, estes mesmos autores estavam no momento das publicações vinculados à Programas de Pós-Graduações – Mestrados e Doutorados, como professores/pesquisadores de seus respectivos programas. Destes, apenas um artigo com dois autores era de uma Mestranda e uma Doutoranda. Percebe-se que este tema é pouco abordado por discentes nas graduações ou mesmo em mestrados ou doutorados.



Gráfico 2. Produção por autor

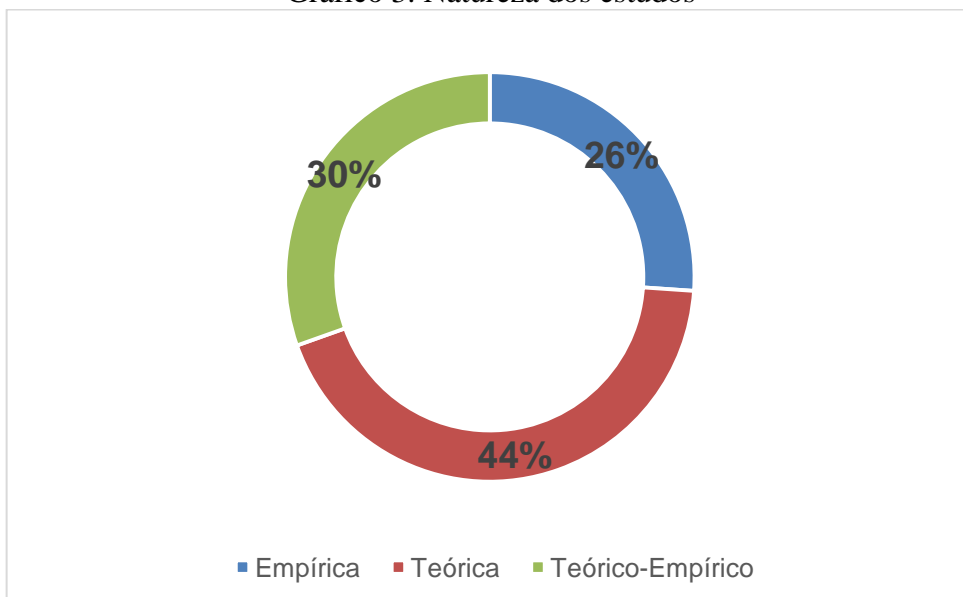


Fonte: elaborado pelos autores.

Com o propósito de avaliar os dados, foi realizada uma análise de conteúdo (BARDIN, 1977) para entender como *cluster* turístico é estudado em termos de referencial teórico e metodologia que foi utilizada, considerando como fator de desenvolvimento local/ inovação.

Os artigos analisados, em relação ao tipo de abordagem, foram classificados em teórico-empírico, empírico e teórico. O gráfico 3 apresenta o percentual de publicações de acordo com cada abordagem.

Gráfico 3. Natureza dos estudos



Fonte: elaborado pelos autores.

Levando-se em consideração outros estudos a respeito do tema cluster turístico, optou-se nesta pesquisa por adaptar a classificação por tema conforme Silva (2014), desta forma os temas abordados em cada pesquisa foram classificados conforme quadro 1.



Quadro 1. Classificação por eixo temático

Tema	Descrição	Qtd
Estratégias	Formação de aglomerados como estratégia de desenvolvimento local ou estratégias individuais das firmas nos aglomerados.	7
Competitividade e Cooperação	A aglomeração de empresas como vantagem competitiva para as firmas individuais e estudam fatores que impactam a competitividade do cluster e as ações de cooperação entre as firmas.	5
Identificação, caracterização de um Cluster ou APL	Identificar se o caso estudado se enquadra em um tipo de aglomerado ou descrever algum aglomerado.	4
Indicadores	Indicadores de desempenho dos aglomerados ou mensuração de resultados.	3
Instituições	Papel das instituições como suporte para o desenvolvimento.	2
Outros	Outros assuntos estudados.	2
Inovação e Tecnologia	<i>Clusters</i> como polos promotores para promover atividades inovadoras.	0
<b>Total</b>		<b>23</b>

Fonte: adaptado de SILVA (2014) pelos autores.

Foi possível identificar que há uma tendência nas pesquisas relacionadas a *cluster* turístico, o estudo sobre a formação de aglomerados como estratégias de desenvolvimento local ou estratégias individuais de empresas nestes aglomerados visto que, estas estratégias proporcionam interação do consumo do produto turismo com a base local (CUNHA; CUNHA, 2005).

Os pesquisadores buscaram entender e identificar como as vantagens competitivas impactam positivamente ou negativamente as ações entre as empresas pertencentes a este setor. Para Silva (2014), a competitividade está relacionada a três dimensões que influenciam as firmas sendo o empreendedorismo por meio de novos negócios, a produtividade e a inovação. Os aglomerados permitem o surgimento de incubadoras de ideias inovadoras ou de empresas e, que estes novos aglomerados podem vir a unir-se com outros *clusters* trazendo vantagens estratégicas comparativas e competitivas (BENI, 2003; SILVA, 2014).

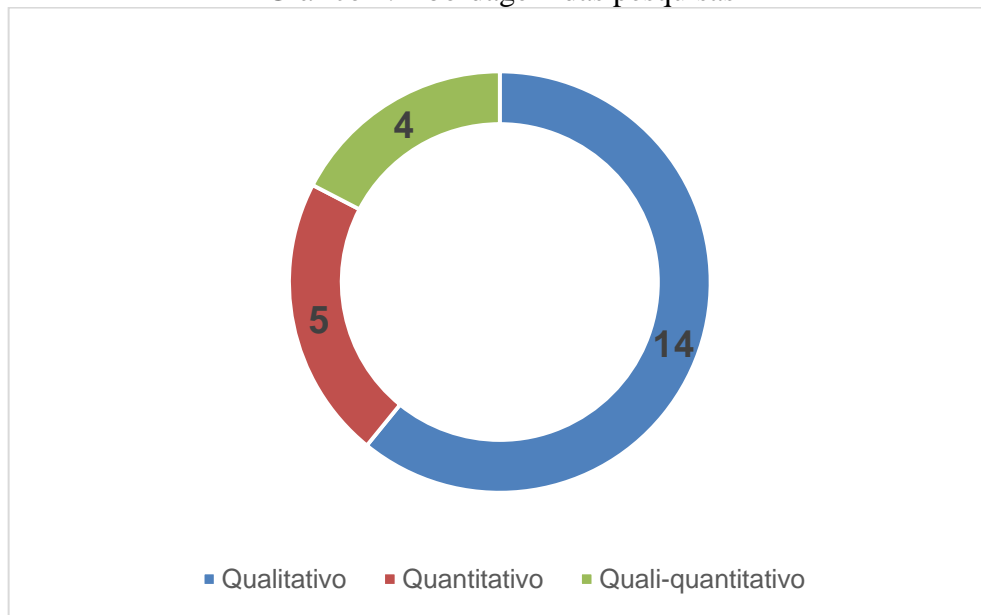
Devido às vantagens comparativas e competitivas proporcionadas pelos clusters, ao longo dos anos pesquisas buscaram identificar e caracterizar se determinadas regiões poderiam ser classificadas como aglomerados.

As pesquisas realizadas demonstram a importância em se estudar e entender os *clusters* de um modo geral. Com isso, é possível identificar oportunidades e potencializar as empresas no mercado e ambiente onde estão inseridas por meio de parcerias.

Com base nos dados coletados, constatou-se que o uso da técnica qualitativa foi a mais utilizada nos estudos realizados no período deste levantamento, sendo que este tipo de estudo, normalmente é levado em consideração aspectos comportamentais ou as relações para que então possa ser formulada proposições teóricas de um determinado grupo alvo. Cabe ressaltar que os estudos qualitativos predominam na preferência metodológica dos autores, conforme quadro 4.



Gráfico 4. Abordagem das pesquisas



Fonte: elaborado pelos autores.

Mapeando as produções científicas, conforme figura 1, pode-se observar que há uma maior concentração em estados limítrofes com o Oceano Atlântico, nas regiões Sul e Sudeste, sendo que os autores destas publicações são em sua grande maioria vinculados a universidades públicas federais ou estaduais, e apenas um autor mantinha vínculo com uma universidade de fora do país até o momento da realização deste estudo.

Figura 1. Mapeamento da produção científica nacional



Fonte: elaborado pelos autores.

Após analisar as publicações de cada autor, foi possível concluir que cada um



produziu apenas 01 artigo no período levantado sobre o tema Cluster Turístico, no entanto é possível afirmar que mesmo tendo assuntos abordados variados, pode-se chamar que o Estado de Santa Catarina foi o polo promotor da maioria dos estudos, ou seja, os pesquisados eram vinculados à IES – instituições de Ensino Superior, com 30% das publicações oriundas deste Estado, no entanto, não é possível afirmar, neste momento que Santa Catarina e suas instituições intensificam trabalhos nesta área de pesquisa, logo que os Clusters estudados são de várias partes do país, alguns bem conhecidos e outros nem tanto.

Outra análise que pode ser feita por meio do mapeamento da produção científica sobre Cluster Turístico, é de que 50% dos estudos tem relação direta com a IES na qual o pesquisador está vinculado, no entanto, a outra metade dos estudos não seguem esta mesma linha, com isso não é possível afirmar se a IES poderia ser uma influenciadora deste tipo de estudo na região onde ela está inserida.

Da mesma forma, não é possível afirmar se algum evento/acometimento na época motivou os autores na escolha do tema e menos ainda o assunto abordado em seus respectivos estudos.

Quadro 2. Publicações por área de classificação do periódico

Área de publicação	Publicações até 2017
Turismo	17
Administração	2
Administração e Contabilidade	2
Administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo	2

Fonte: elaborado pelos autores.

No que tange à área escolhida para publicação dos estudos, verifica-se que 74% dos artigos destinaram-se exclusivamente à área de turismo, mesmo os estudos falando sobre Administração e aproximadamente  $\frac{1}{4}$  dos trabalhos foram direcionados à Administração, Administração e Contabilidade ou mesmo Administração Pública e de empresas, ciências contábeis e turismo.

O quadro 3, lista os periódicos que publicaram sobre o tema e a quantidade de publicações em cada um juntamente com sua frequência em percentil.

Quadro 3. Periódicos que mais publicaram o tema

Revista	Qualis - CAPES	Publicações	Frequência %
Turismo: visão e ação	B1	6	26
Revista brasileira de pesquisa em turismo	B1	5	22
Turismo em análise	B1	4	17
Revista acadêmica do observatório de inovação do turismo	B2	2	9
Contextus - revista contemporânea de economia e gestão	B2	1	4
Navus - revista de gestão e tecnologia	B3	1	4
Desenvolvimento em questão	B2	1	4
Rosa dos ventos - turismo e hospitalidade	B3	1	4
Revista de Administração contemporânea	A2	1	4
Cademo virtual de turismo	B1	1	4

Fonte: elaborado pelos autores.

O quadro 3, apresenta os 10 periódicos que publicaram os artigos avaliados neste estudo, cabe ressaltar que o maior número de publicações sobre o tema foram os periódicos *Turismo: Visão e Ação*, vinculada ao Programa de Pós-Graduação *Strictu Sensu* em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí no Estado de Santa Catarina com 26% das publicações. Foi possível constatar ainda, que apenas um artigo publicado durante todo





período pesquisado, era de autores vinculados à própria universidade; já a *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, vinculada à Associação nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo – ANPTUR foi o segundo periódico que mais publicou com 22% dos artigos e a *Revista Turismo em Análise*, vinculada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – USP com 17% do total de artigos pesquisados.

Verifica-se ainda com esta análise que os três periódicos mais procurados para publicações sobre Cluster Turístico tem classificação no *Qualis-CAPES* (2016) B1, totalizando expressivos 65% das publicações, no entanto é valido lembrar que apenas um artigo fora publicado em periódico nacional com classificação A2, na *Revista de Administração Contemporânea*, vinculada à Associação Nacional de Pesquisa em Administração – ANPAD. As demais publicações foram realizadas em periódicos B1, B2 e B3.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo envolve diversos setores contribuindo significativamente para o desenvolvimento econômico, social e cultural de uma região. Entretanto, são relativamente poucas as pesquisas direcionadas ao estudo dos *clusters* turísticos no país, mesmo com a extensão territorial, diversidade de destinos turísticos, parece não ganhar tanto destaque na academia.

Este estudo contribui para auxiliar os interessados a desenvolver ou ainda aprofundar pesquisas em aglomerados turísticos. Os resultados fornecem um conjunto de indicadores, identificados com mais relevantes para o desenvolvimento desta pesquisa. Entretanto, poderiam ser feitos outros estudos com base nos dados coletados para identificar questões que não foram mencionadas neste trabalho.

Os resultados encontrados permitiram constatar uma certa evolução das pesquisas sobre *clusters* turísticos no país nos últimos anos. No entanto, foi possível identificar que parte dos artigos publicados, são voltados a formação de aglomerados como estratégia institucional ou empresarial, da mesma forma que os temas competitividade, cooperação e estratégias dominam as pautas de pesquisas. Em contrapartida, nada foi pesquisado sobre inovação e tecnologia e poucas foram as contribuições das Instituições Públicas como fomentador de um APL.

Outra lacuna que se identificou é o pouco interesse em se estudar a governança em cluster turístico ou sobre inovação e novas tecnologias. Percebeu-se com esta pesquisa que há um vasto campo de estudo nesta área seja pelo uso de estratégias nos cluster ou mesmo o desenvolvimento regional. Como sugestão de estudos futuros, recomenda-se que seja feita uma análise mais aprofundada para tentar se identificar quais as razões que torna esta temática pouco abordada em âmbito nacional.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70. 1977.

BENI, M.C. **Política e estratégia de desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo**. Turismo. São Paulo: Atlas, 2001.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.



BOAVENTURA, J.M.G.; Hori, H. Método para avaliar a competitividade em *clusters*: o caso de joias folheadas da cidade de Limeira-SP. In: BOAVENTURA, J.M.G. **Rede de Negócios: tópicos em estratégia**. São Paulo: Saint Paul, 2006.

COSTA, H. A.; MAIOR, A. S. . **Sistemas produtivos locais em turismo: relacionamentos estratégicos e aglomeração territorial como vantagens competitivas**. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, v. 1, p. 5, 2006.

CUNHA, Sieglinde Kindl da and CUNHA, João Carlos da. **Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local**. *Rev. adm. contemp.* [online]. 2005, vol.9, n.spe2, pp.63-79. ISSN 1415-6555. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552005000600006>.

FIGUEIREDO; J.C; DI SERIO, L.C. **Estratégia em clusters empresariais: conceitos e impacto na competitividade**: In: DI SERIO, Luiz Carlos (Org.). *Clusters empresariais no Brasil: casos selecionados*. São Paulo: Saraiva, 2007.

FOCHEZATTO, Adelar,. Desenvolvimento regional: novas abordagens para novos paradigmas produtivos. In: Octavio Augusto Camargo Conceição; Marinês Zandavali Granado; Sônia Unilowsky Teruchkin; Luiz Augusto Estrella Faria. (Org.). **Três Décadas de Economia Gaúcha: o ambiente regional**. 1ed. Porto Alegre-RS: Fundação de Economia e Estatística, 2010, v.1,p. 163-190.

HAIR JR., JOSEPH F. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração** / Joseph F. Hair Jr, Barry Babin, Arthur H. Money e Philip Samuel; tradução Lene Belon Ribeiro; - Porto Alegre: Bookman, 2005.

IORDACHE, C., CIOCHINĂ, I. & ASANDEI, M. Clusters – Tourism Activity Increase Competitiveness Support. *Theoretical and Applied Economics*. 18(5), 99-112, 2010.

KWASNICKA, E. L. **Em direção a uma teoria sobre redes de negócios**. In: BOAVENTURA, J. M. G. (Org.) *Redes de negócios: tópicos em estratégia*. São Paulo: Saint Paul Editora, 2006.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas** / Gilberto de Andrade Martins, Carlos Renato Theóphilo. – 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, C., FIATES, G. G. S., & PINTO, A. L. **A relação entre os clusters de turismo e tecnologia e seus impactos para o desenvolvimento local: um estudo bibliométrico da produção científica**. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(1), 65-88, 2016. Ministério do Turismo - MT. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/> acesso em julho 2017.

MONFORT M., V. M. **Competitividad y factores críticos de éxito en la “hotelería de litoral”**: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola. Tesis Doctoral – Universidad de Valência - Espanha: Biblioteca Virtual Miguel Cervantes, 1999. Disponível em: <<http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/jlv/01593418768924896320035/002619.pdf>>. Acesso em: junho. 2018.



OLIVEIRA, M.F.; GONÇAVES, C.A. Estratégia de cooperação em redes: intenção e prática de um aglomerado territorial turístico. **Revista Alcance** (Online), v.21, p.234, 2014.

Organização Mundial de Turismo – OMT. Disponível em <http://www2.unwto.org/> acesso em junho 2017.

PAKMAN, E. (2014). Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Universidade do Estado do Ceará.

PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Ed Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SALUME, P.K.; GUIMARÃES, L.O.; PEREIRA, D.C.; CASTRO, J.M. Setor de gemas e joias da região metropolitana de Belo horizonte: Um estudo preliminar sob a perspectiva da aglomeração de empresas. *Revista de Negócios* (online), v.19, p.21-42, 2014.

SILVA, Paula Maines,.Aglomerados e Turismo: análise da Produção Científica Nacional e Internacional sobre o tema. *Turismo: Visão e ação* (online), v.16, p.338,2014.

TOLEDO, G.L.; VALDÉS, J.A.; POLLERO, A.C. Configuración Del turismo em El ambiente globalizado: estudio de casos de *clusters* turísticos. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, 2002.

ZACARELLI, Sérgio B. **Cluster e redes de negócios: uma visão para a gestão dos negócios** / Sérgio Baptista Zacarelli... (et al.). – São Paulo: Atlas, 2008.