

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO

Instituto de Ciências Sociais Aplicadas

Departamento de Ciências Administrativas

Curso Bacharel em Administração

Miguel Arenas Lavalle

**REDE DE EMPRESAS DE TURISMO NA ILHA GRANDE-RJ: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO**

Mariana

2018

Miguel Arenas Lavalle

**REDE DE EMPRESAS DE TURISMO NA ILHA GRANDE-RJ: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito para obtenção do título Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. DSc. Simone Aparecida Simões Rocha

Coorientadora: Esp. Itaiane de Paula

Mariana

2018

L394r

Lavalle, Miguel Arenas.

Rede de empresas de turismo na Ilha Grande-RJ [manuscrito]: um estudo bibliométrico / Miguel Arenas Lavalle. - 2018.

30f.: il.: color; grafs; tabs; Quadros.

Orientadora: Prof^a. DSc. Simone Aparecida Simões Rocha.

Coorientadora: Esp. Itaiane de Paula.

Monografia (Graduação). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Econômicas e Gerenciais.

1. Turismo - Ilha Grande-RJ - Teses. 2. Cooperativas - Teses. 3. Bibliometria - Teses. 4. Administração de empresas - Teses. I. Rocha, Simone Aparecida Simões. II. Paula, Itaiane de. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

FICHA DE APROVAÇÃO

MIGUEL ARENAS LAVALLE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado junto ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, como requisito à obtenção do Título de Bacharel.

Orientadora: Profa. DSc. Simone Aparecida Simões Rocha

COMISSÃO EXAMINADORA



Professora DSc. Simone Aparecida Simões Rocha
Orientadora e Presidente da Banca



Especialista Itaiane de Paula
Co-orientadora e membro Avaliador



Professora DSc. Clarisse da Silva Vieira Camelo de Souza
Membro Avaliador

Mariana, 17 de julho de 2018.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo evidenciar as características do campo de estudos sobre redes empresariais voltadas ao turismo em Ilha Grande, região integrante do município de Angra dos Reis, localizado no litoral sul do estado do Rio de Janeiro. A pesquisa foi conduzida por meio de uma análise bibliométrica em 10 artigos nos principais meios de difusão científica e teve como base bibliográfica autores como Amato Neto (2001), o qual procura, em suas obras, aprofundar o tema redes empresariais e seus desdobramentos. Cassaroto Filho e Pires (1999 e 2001) também foram fontes de embasamento teórico ao publicarem obras que priorizam as redes em pequenas e médias empresas e expor os reflexos no desenvolvimento local onde estão inseridas. A análise deste estudo concentrou-se especificamente na área de redes empresariais entre os anos 2005 e 2016. Como um dos principais resultados percebe-se a escassez de estudos voltados ao tema, justamente em uma região em que a própria geografia dificulta a prestação de serviço. Para a economia e o desenvolvimento da Ilha Grande-RJ, onde a principal atividade econômica é o turismo, seria imprescindível a cooperação em rede, modo este que se insere, cada vez mais, nas principais correntes do campo econômico-organizacional. Atuando em redes, as empresas têm mais poder e complementaridade, tanto nos aspectos técnicos, que pressupõem os meios produtivos, como mercadológicos, que sugerem as redes de suprimentos e distribuição.

Palavras-chave: Administração de empresas, Bibliometria, Cooperativas, Turismo – Ilha Grande-RJ.

ABSTRACT

This research aims to highlight the characteristics of the field of studies on business networks geared to tourism in Ilha Grande, an integral part of the city of Angra dos Reis, located on the southern coast of the state of Rio de Janeiro. The research was conducted through a bibliometric analysis in 10 articles in the main means of scientific diffusion and was based on bibliographical authors such as Amato Neto (2001), which seeks to deepen the theme of business networks and its unfolding. Cassaroto Filho and Pires (1999 and 2001) were also sources of theoretical foundation when publishing works that prioritize the networks in small and medium enterprises and expose the reflexes in the local development where they are inserted. The analysis of this study focused specifically on the area of business networks between the years 2005 and 2016. One of the main results is the scarcity of studies focused on the subject, precisely in a region where the geography itself makes it difficult to provide services. For the economy and development of Ilha Grande-RJ, where the main economic activity is tourism, it would be essential to cooperate in a network, a way that is increasingly inserted in the main currents of the economic-organizational field. Working in networks, companies have more power and complementarity, both in the technical aspects, which presuppose the productive means, as well as marketing, that suggest the supply and distribution networks.

Keywords: Business Administration, Bibliometrics, Cooperatives, Tourism - Ilha Grande-RJ.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Número de artigos sobre o tema encontrados entre 2005 e 2016	21
Figura 2 - Filiação dos autores	22
Figura 3 - Publicações por área	23
Figura 4 - Atores da Rede.....	23

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Instrumentos de Pesquisa	19
Quadro 2 - Publicações sobre Redes de Empresas em Ilha Grande – RJ	30

LISTA DE SIGLAS

ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

CSDT - Controle Social e Desenvolvimento Territorial

FGV – Fundação Getúlio Vargas

GEO UERJ – Revista do Departamento de Geografia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

ONGs – Organizações Não-Governamentais

RJ – Rio de Janeiro

SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL

UFF – Universidade Federal Fluminense

UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REVISÃO DE LITERATURA	12
2.1	REDE DE EMPRESAS	12
2.1.1	Características das redes empresariais.....	13
2.1.2	Vantagens das redes empresariais	14
2.2	REDE DE TURISMO	15
2.2.1	Características da rede de turismo	16
2.2.2	Importância das redes de turismo.....	16
3	DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA	18
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	18
3.2	COLETA DE DADOS.....	19
3.3	INSTRUMENTOS DE PESQUISA.....	19
3.4	MÉTODO DE OBTENÇÃO DE DADOS.....	20
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	21
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
6	REFERÊNCIAS	27
	APÊNDICE A	30

1 INTRODUÇÃO

Segundo Amato Neto e Olave (2001), devido ao aumento da competitividade organizacional, as empresas entenderam a necessidade de reorganizar fatores produtivos. Dessa forma, começaram a adotar novas estratégias de negócio, dentre elas, a formação de redes empresariais, que viabilizam uma nova arquitetura organizacional, cujo objetivo é garantir a sobrevivência e competitividade, principalmente de pequenas e médias empresas.

Para Ribautet *al.* (1995), rede de empresas consiste em um tipo de agrupamento empresarial, com o objetivo de fortalecer as atividades de cada um dos atores participantes da rede, sem que, necessariamente, tenham laços financeiros entre si.

Os autores citados têm concordado que existe uma nova forma de organização econômica, bem como uma nova forma de organização social. As trocas econômicas estão imersas em um modo particular de estrutura social dependente de conexões, interesses mútuos e reputação (POWELL, 1990).

Acompanhar e adequar a empresa em relação às mudanças contínuas do mercado competitivo, é um desafio para qualquer modelo de gestão, independentemente de sua localização. Sendo assim, a proposta desta pesquisa consiste em estudar a rede de empresas do turismo na Ilha Grande, localizada na baía de Angra dos Reis, no Rio de Janeiro, onde o acesso é exclusivamente feito por meio de embarcações ou helicópteros, o que gera um ambiente muito peculiar, uma vez que o acesso é dificultado pela própria geografia. Neste contexto, a formação de redes empresariais tem alta relevância ou, mais do que isso, é imprescindível, inclusive, para a subsistência do local.

A partir das publicações sobre o turismo na Ilha Grande-RJ, quais são os principais atores que constituem esta rede? Através deste estudo, pretende-se evidenciar o campo de pesquisa sobre redes empresariais de turismo na Ilha Grande, obtendo um entendimento sobre os vários tipos de redes existentes e sobre a importância da cooperação, resultante de processos de reorganização das empresas e de inovações organizacionais. Desta forma, poderá destacar as diferentes abordagens existentes na literatura, de forma a contribuir para orientar a formatação da rede de empresas de turismo da região em estudo.

Assim, o objetivo geral desta pesquisa é identificar os atores que formam a rede de empresas do turismo na Ilha Grande-RJ. Para alcançar o objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos: (i) levantamento das publicações sobre a rede de empresas de turismo na Ilha Grande-RJ nas bases: Repositório da Universidade Federal Fluminense, Biblioteca Digital da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Revista do Departamento de

Geografia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (GEO UERJ), VIII Fórum Internacional de Turismo de Iguassu, Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), Revista Turismo em Análise, Revista Controle Social e Desenvolvimento Territorial (CSDT), Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR) e Biblioteca Digital da Universidade de São Paulo (USP); (ii) identificar nestas publicações as universidades/instituições, autores, ano da publicação, local da publicação, resumo, tipo de negócio, e tipologia de rede empresarial; e (iii) identificar os atores que compõem a rede de empresas de turismo.

A Ilha Grande-RJ possui potencial turístico e há muito a ser desenvolvido, principalmente por meio de redes empresariais. Pode-se também justificar e apresentar a importância em realizar esta pesquisa para difundir a informação científica por meio de técnicas investigativas da produção acadêmica, verificando sua discussão, disseminação de conteúdo e amadurecimento do tema.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A partir dos objetivos, foi realizada uma revisão de literatura para nortear o presente estudo. Dessa forma foi possível encontrar diversos autores que estudam o tema e suas análises serviram de parâmetro para a conclusão do trabalho.

2.1 REDE DE EMPRESAS

Segundo Cassiolato, Lastres e Maciel (2003), as redes empresariais são formatos organizacionais que surgem a partir de relações de negócios e que envolvem a troca de conhecimentos e informações entre os agentes envolvidos. De forma mais direta, Casarotto e Pires (2001) explicam que as redes empresariais tratam de conjuntos de organizações que se unem em relações de negócios ou formais, independentemente de estarem, ou não, no mesmo local. Gerolamo (2007) diz que a união entre empresas, seja ela formal ou informal, que tem como objetivo o intercâmbio de conhecimentos, tecnologias e informações, se caracteriza em redes. Acrescenta que não há necessidade de haver um espaço físico definido, nem coordenação, a regra é que a busca é sempre pelo benefício mútuo.

Outra definição que segue para o mesmo caminho é a apresentada por Ribault, Martinet e Lebidois (1995), que dizem que as redes de empresas tratam de agrupamentos de organizações que buscam fortalecer as atividades individuais de cada membro da união, ressaltando que não existe a necessidade de haver laços financeiros entre as instituições envolvidas. Considera-se, nesta análise teórica, o conceito de redes como sendo um método organizacional de atividades econômicas realizadas por meio de interação entre as organizações (PORTER, 1998).

Para Amato Neto e Olave (2001, p. 289):

Uma das principais características do atual ambiente organizacional é a necessidade das empresas atuarem de forma conjunta e associada. Desta forma, surge como possibilidade concreta para o desenvolvimento empresarial, os modelos organizacionais baseados na associação, na complementaridade, no compartilhamento, na troca e na ajuda mútua, tomando como referência o conceito de redes advindo, principalmente da Sociologia. As redes de empresas representam uma forma inovativa de obter competitividade e sobreviver no mundo globalizado.

Mario, Costa e Rape (2015) contemplam essa visão acentuada no trecho anterior e acreditam que, em um tempo em que o mercado passa por crescentes avanços tecnológicos e

de produção, com aumento da facilidade e de troca de informações, a cooperação entre empresas tem se tornado cada vez mais importante. Essa importância é acrescida quando as empresas percebem que as redes empresariais podem ser cooperações estratégicas para o aumento da competitividade, ao passo que as organizações compartilham informações, oportunidades, tecnologia, recursos, entre outras coisas (LORANGE; ROSS, 1996).

Casarotto Filho (1999) discorre sobre as redes com o mesmo olhar positivo de Mario, Costa e Rape (2015), pois acredita que a parceria entre organizações diminui a complexidade das tarefas que precisam ser desempenhadas por cada uma delas. O cenário da atualidade aumenta ainda mais a complexidade dessas atividades, e as empresas podem apresentar dificuldades para desempenhar sozinha todas as fases de uma cadeia de produção. Portanto, para os autores, a formação das redes é relevante e um fenômeno cada vez mais necessário.

2.1.1 Características das redes empresariais

As redes de empresas apresentam certas características que lhes são particulares, a destacar a relatividade nos papéis dos atores organizacionais; interação; interdependência; especialização; complementaridade; e competitividade (HOFFMANN et al., 2007).

Costa (2003) pontua que são necessários que existam alguns pré-requisitos para que se forme uma rede. O autor descreve esses requisitos, como princípios e práticas democráticas, a saber:

- A rede precisa se estender em todas as direções, ou seja, é marcada por uma não linearidade;
- As mensagens precisam viajar ao longo de um caminho cíclico, o que Costa (2003) chama de laço de realimentação;
- É preciso que se tenha a capacidade para se auto regular e organizar, bem como para corrigir seus próprios erros;
- Deve haver a possibilidade para que as conexões se expandam, multiplicando as ações;
- Não pode existir uma relação de subordinação, ao passo que o alinhamento da rede deve ser horizontal;
- A interdisciplinaridade é necessária, ou seja, a rede deve se fundamentar em perspectivas embasadas em diversas teorias da complexidade e do pensamento sistêmico.

Machado (2004) também levanta as características das redes empresariais, que o autor denomina como alianças estratégicas. Segundo ele, as empresas membro dessa união se ligam para cumprir as metas estabelecidas em conjunto e, mesmo após a formação da aliança, elas continuam independentes. As organizações da rede controlam o desempenho das tarefas definidas e dividem os benefícios trazidos pela união, e devem auxiliar de forma contínua em uma ou mais áreas estratégicas fundamentais, como serviços, tecnologia e produtos, por exemplo. Fusco et al (2005) acrescenta que as redes devem ser flexíveis e podem variar seu tamanho, estrutura e objetivos no decorrer do tempo.

2.1.2 Vantagens das redes empresariais

A formação de redes empresariais pode ajudar as empresas a cumprirem demandas que, sozinhas, não seriam capazes. Mario, Costa e Rape (2015) apontam que as redes de empresas são importantes, sobretudo para as empresas de pequeno porte, pois, por meio da cooperação, conseguem obter recursos e realizar investimentos com mais facilidade, diminuindo as desvantagens existentes entre elas e as grandes organizações. Esses autores descrevem algumas das vantagens oferecidas pela aliança estratégia de empresas, a saber:

- Trabalhando em rede, a empresa consegue oferecer competências que, sozinha, não seria possível;
- A cooperação entre organizações aumenta as chances de reconhecimento e continuidade no mercado;
- Cresce a padronização dos processos e, também, a possibilidade de expandir os negócios; e
- As alianças fazem com que as organizações adquiram produtos em grandes quantidades ao mesmo tempo em que o valor final para o cliente é reduzido.

Todos os autores aqui citados se empenharam em compreender os benefícios que a formação de redes empresariais traz para as organizações que as compõem. Amato Neto (2000) explica que, nessas alianças, as competências e conhecimentos de várias empresas são combinadas e melhores aproveitadas. Além disso, a tarefa de realizar pesquisas tecnológicas pode ser dividida por todas as organizações envolvidas, ao passo que as informações adquiridas são compartilhadas por todos os agentes da rede, da mesma forma que são repartidos os recursos, sobretudo aqueles que estão sendo subutilizados. Nessa cooperação, os riscos ao explorar novas possibilidades são divididos, bem como os custos dessas

experiências. Ao final, a pressão exercida pelo mercado é mais importante quando age em rede, o que, conseqüentemente, aumenta a força competitiva para atuar nos mercados nacional e internacional.

Perrow (1992), em uma observação um pouco diferenciada, destaca como o surgimento de redes empresariais pode auxiliar no desenvolvimento regional. Entre os motivos que o levam a defender esse argumento, estão os fatos de que as alianças entre empresas fazem com que o poder entre as empresas de determinada região se torne mais disperso. Ademais, a partir dessas uniões, a hierarquia se torna mais flexível, assim como os padrões de consumo e a distribuição de riqueza passam por transformações. Por fim, o autor ressalta que, quando essas redes são formadas por organizações pequenas, os impactos positivos para a região são maiores, ao passo que as empresas de grande porte procuram investir fora da região.

É por conta dessas vantagens ressaltadas, que Balestrin e Verschore (2008) definem a rede de empresas como a junção de atributos de forma que haja adequação ao ambiente competitivo em uma estrutura única, trazendo, através de ações uniformes e descentralizadas, diversos benefícios para as organizações envolvidas. No entanto, eles ressaltam que o comprometimento real das partes associadas é fundamental para que a rede tenha sucesso em suas atividades.

2.2 REDE DE TURISMO

Conforme explica Rodrigues (1999), as organizações envolvidas no turismo são aquelas que desenvolvem atividades voltadas à produção de bens e serviços, hospedagem, agenciamento, transporte, alimentação, promoção, recepção e guia, comercialização e operação.

Cury (2004) relembra o conceito de redes empresariais para falar do produto turístico. Segundo ele, este produto existe apenas em função de uma aliança entre as empresas especializadas do setor, porque não seria possível que cada uma delas produzisse o produto final completo sozinhas. Então, para ele, o produto turístico resulta de uma rede coordenada de relações entre organizações que oferecem os serviços destacados anteriormente por Rodrigues (1999).

Na mesma linha de pensamento, Bignami (2002) descreve o produto turístico como resultado de uma cadeia de ofertas, sendo que o resultado final depende de cada ponto desta

cadeia. Nesse sentido, é uma teia caracterizada pela relação entre entidades, empresas e indivíduos que constitui a rede de negócios do turismo.

2.2.1 Características da rede de turismo

Como apontado anteriormente, o produto turístico resulta de um conjunto de serviços agregados, ou seja, um mix de atividades e setores que possibilitam a experiência turística (BENI, 2001). Donaire, Silva e Gaspar (2009) apontam que entre as participantes da rede de turismo, podem ser encontradas as agências de viagens, os estabelecimentos de hospedagem de todos os tipos, as operadoras turísticas, as organizadoras de evento, as prestadoras de serviço de transporte e de locação de veículos, as agências de receptivo, os órgãos oficiais específicos – as entidades públicas administradoras do patrimônio artístico, natural, histórico e arquitetônico, a mídia especializada, as instituições financeiras e administradoras de cartões de crédito, as que fornecem serviço de lazer e entretenimento, tais como restaurantes, casas noturnas e parques temáticos, entre outras. Os autores ainda revelam que alguns estudos se empenharam em elencar todos os setores envolvidos com a atividade turística, e estima-se que o turismo está envolvido com outras setenta e oito atividades.

Os mesmos autores acreditam que a característica mais relevante das redes de turismo é o relacionamento entre os seus membros, sendo que tanto os produtores, os distribuidores oficiais ou intermediários eventuais podem comercializar os produtos turísticos. A complexidade da rede de negócios do turismo fica evidente a partir dessa possibilidade, que faz surgir possibilidades diversas de relacionamentos entre as empresas do ramo, que podem se tornar parceiras, distribuidoras ou concorrentes.

Essa é uma característica que não é visível em outros tipos de redes empresariais, tais como as da indústria alimentícia, por exemplo, pois não há concorrência entre os produtores e os distribuidores. Nas redes de turismo, o serviço de agenciamento pode “tirar” o lucro dos estabelecimentos de hospedagem e de transporte, entre outros, ao passo que as agências exigem uma comissão que reduz o ganho desses outros setores. Portanto, é muito comum que nas redes de turismo, o distribuidor seja encarado como competidor e não como um parceiro (DONAIRE; SILVA; GASPAR, 2009). Essa divergência na relação indica a complexidade das redes dos negócios de turismo.

2.2.2 Importância das redes de turismo

Com foco de estudo nas redes de turismo, Dale (2003) concluiu que, assim como foi apontado no tópico 2.1.2 acerca das vantagens das redes empresariais, as redes de turismo permitem o desenvolvimento de estratégias diferenciadas com o objetivo de aumentar a competitividade frente a outros agrupamentos ou elementos existentes nas redes de negócios do turismo. Complementando, Tomazi (2006) aponta que a capacidade de competição do turismo local é aprimorada a partir de uma rede bem estruturada, conseguindo reduzir os custos operacionais, deixando os produtos mais especializados e os processos de venda, distribuição, uso de recursos e compartilhamento de informações com valores agregados.

Por isso mesmo, Novelli, Schmitz e Spencer (2006) argumentam que a formação de redes entre empresas voltadas para as atividades turísticas é uma alternativa estratégica que auxilia na promoção do desenvolvimento local, ao passo que se apresenta como um mecanismo capacitado para atender as demandas do atual contexto de desenvolvimento regional.

Entretanto, para que a rede de turismo tenha esses efeitos positivos, é necessário que haja uma real articulação e o comprometimento entre os atores locais, aliando setores privados e públicos para a formação de uma estratégia colaborativa que alavanque a potencialidade local por meio da atividade turística (MARTINS, 2009).

Xavier et al. (2012) acrescenta que não há formas para que as redes produzam vantagens se não houver a promoção da aprendizagem interna na rede e a transferência de conhecimentos, pois só assim as empresas membro dessa aliança compreenderão os meios pelos quais os serviços e produtos do setor poderão ser geridos e desenvolvidos. Novelli, Schmitz e Spencer (2006) ressaltam, inclusive, que, quando há retenção de competências, ou seja, quando o conhecimento não é compartilhado, surgem os problemas no setor do turismo e da hospitalidade.

Dessa forma, fica evidente a necessidade de superar as divergências nas relações entre as empresas do ramo do turismo apontadas anteriormente, ao passo que, em rede e para o turismo local e regional, todos os componentes são importantes para o sucesso, isso porque essas empresas são interdependentes e o produto turístico final só é possível a partir do serviço prestado por todas elas.

3 DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA

Conforme descrevem Lakatos e Marconi (2007), por ser composta por uma observação sistemática e pela classificação dos fenômenos analisados, pode-se afirmar que este é um estudo de caráter indutivo. O foco da pesquisa se dá tanto nas circunstâncias quanto nas frequências em que as publicações encontradas se apresentam nas bases pesquisadas.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

No que se refere aos procedimentos técnicos e à coleta de dados, esta pesquisa se enquadra na metodologia de pesquisa bibliográfica, realizada com base no material já publicado a respeito do assunto. Nos dizeres de Ribas e Fonseca (2008), esse tipo de pesquisa é feita a partir do material encontrado em revistas, jornais, livros, monografias, teses, entre outros, ou seja, abarca as teorias que já receberam um tratamento científico.

A discussão referente à rede de empresas de turismo e assuntos adjacentes ao tema ainda é recente na ciência, o que, por consequência, faz com que o material acadêmico produzido sobre o assunto de forma exaustiva ou aprofundada seja escasso. Assim, Lakatos e Marconi (2007) corroboram quando dizem que esta pesquisa é bibliográfica, por considerarem a busca por informações que orientam o mapeamento das abordagens da rede de empresas voltadas para o turismo, que ocorre através de publicações científicas e especializadas.

As publicações que constituem o universo desta pesquisa são todas do idioma português, discorrem acerca da rede de empresas de turismo, e foram encontradas nas seguintes bases: Repositório da Universidade Federal Fluminense, Biblioteca Digital da FGV, GEO UERJ, VIII Fórum Internacional de Turismo de Iguassu, ANPTUR, Revista Turismo em Análise, CSDT, SeminTUR e Biblioteca Digital da USP, no período de 2005 a 2016.

No que se refere aos meios, pode-se dizer que esta é uma pesquisa empírica, quando a partir dos resultados obtidos, por meio da observação das produções científicas nas bases pesquisadas, não tem ação de interferência do pesquisador (GIL, 2002).

Por ser um estudo que tem como fim a descrição da ocorrência dos dados obtidos nas publicações encontradas nas bases pesquisadas, este também é classificado como descritivo. Segundo Gil (2002), a maior pretensão das pesquisas descritivas é descrever as características de determinado fenômeno ou população, ou, ainda, estabelecer relações entre as variáveis e, para tanto, recorre às técnicas padronizadas de coleta de dados.

As técnicas de estatística descritiva utilizadas neste trabalho serviram para analisar e demonstrar os resultados alcançados e registrados no software Microsoft Excel 2010.

3.2 COLETA DE DADOS

As publicações utilizadas na análise desta pesquisa foram encontradas nas bases supracitadas. A escolha destas bases, se justificam pela acessibilidade. O material coletado teve sua publicação entre os anos de 2005 a 2016. Recorreu-se à filtragem de artigos, pelo fato de terem relevância acadêmica e disponibilidade em várias bases.

A coleta e seleção dos dados seguiram em quatro etapas, conforme abaixo destacado:

1. Coleta de dados dos artigos a partir dos termos: cooperação Ilha Grande, redes de turismo Ilha Grande, redes organizacionais Ilha Grande, arranjo produtivo Ilha Grande, rede hoteleira Ilha Grande, Ilha Grande cluster, Ilha Grande redes, existentes nos campos título, resumo e assunto das bases pesquisadas;
2. Em seguida, foram eliminados os artigos repetidos e criou-se o banco de dados para dar suporte a esta pesquisa. Observando as informações do banco de dados, fez-se um refinamento no mesmo;
3. Foi realizada a classificação e qualificação das produções científicas depois da leitura dos resumos, apresentação, discussão dos resultados e conclusão de cada artigo.
4. O banco de dados consolidado no software Microsoft Excel 2010 foi: ano, autor, curso, filiação do(s) autor(es), palavras-chaves, título, tipo de documento, base da pesquisa, principais atores da rede abordados.

3.3 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Para a composição da amostragem e para a coleta de dados, recursos tecnológicos foram usados como instrumentos de pesquisa. O Quadro 1 ilustra de forma clara os recursos utilizados e suas funções dentro do estudo.

Quadro 1 - Instrumentos de Pesquisa

Continuação

Recurso	Objetivo
Notebook equipado com navegador Web.	Executar os aplicativos e armazenar as informações obtidas.
Acesso à Internet.	Acessar os canais de comunicação de domínio público. Extrair informações sobre as redes de empresas de turismo na Ilha Grande-RJ.

Quadro 1 - Instrumentos de Pesquisa

Recurso	Objetivo	Conclusão
Uso do Microsoft Excel – Versão 2010.	Criar um banco de dados com as informações coletadas. Consolidar as informações extraídas das publicações. Gerar gráficos com os dados coletados, para análise dos resultados obtidos.	

Fonte: Elaborado pelo pesquisador, 2018.

3.4 MÉTODO DE OBTENÇÃO DE DADOS

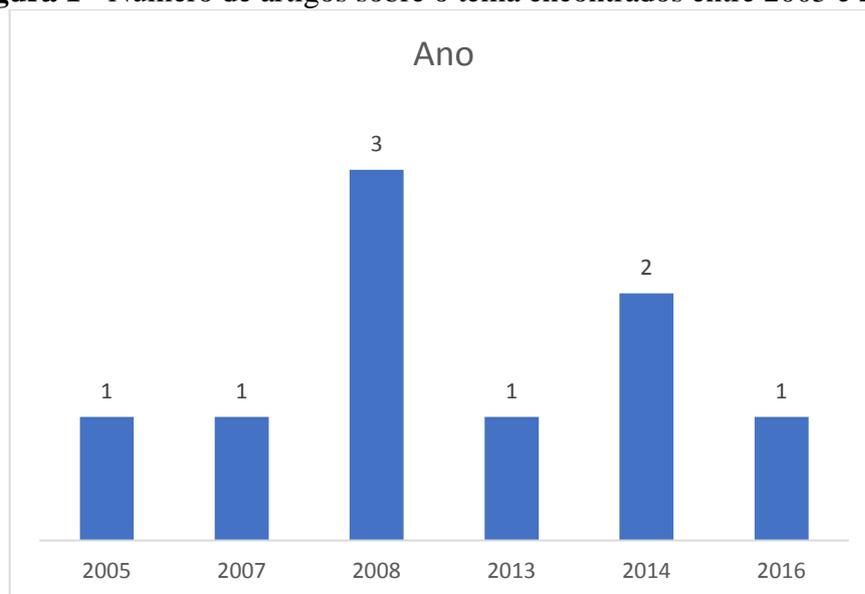
A metodologia utilizada para a obtenção de dados foi o método bibliográfico, que, de acordo com Araújo (2007), é uma técnica de distribuição pela qual se encontra as informações necessárias para a construção do banco de dados, tais como a quantidade de publicações, autores, universidades. As variáveis que formaram a planilha foram: Ano; autor (es); filiação do (s) autor (es); palavras-chaves; título; documentos (artigos acadêmicos, monografias e dissertações); base da pesquisa; principais atores da rede (hospedagem, transfer, translados/passeios, esporte e aventura, ONGs, associações, meio ambiente, governo, comunidade, alimentação).

Pode-se afirmar que os dados foram coletados quantitativamente, pois, como explica Vanti (2002), eles tratam da identificação do conhecimento sobre o assunto, a frequência com que eles aparecem nas bases que foram pesquisadas, bem como suas análises, relacionando-os na pesquisa às categorias.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A primeira análise é a de que há escassez em estudos publicados e relacionados às redes de empresas de turismo sobre a Ilha Grande. Conforme ilustra a Figura 1, onde foram encontrados 10 artigos que tratam do tema.

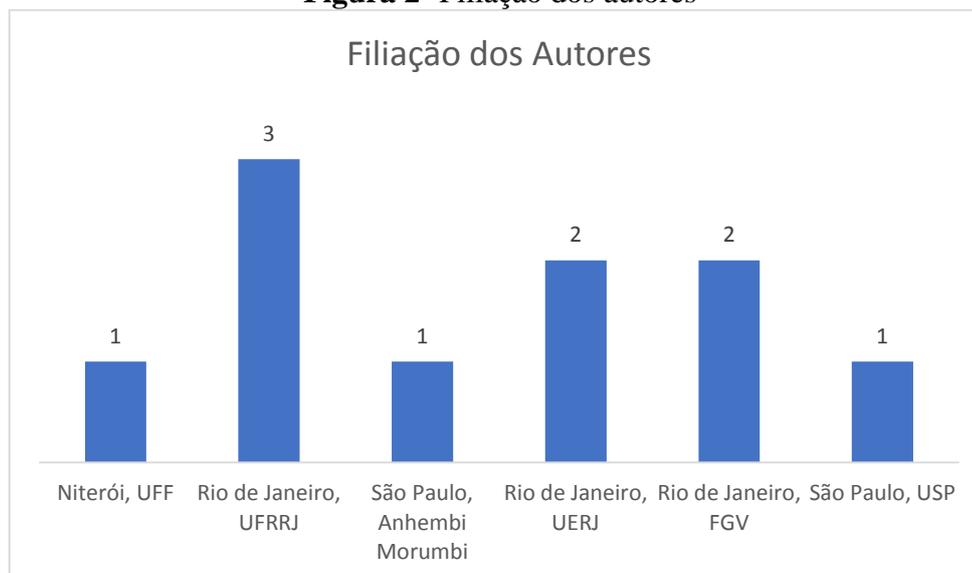
Figura 1 - Número de artigos sobre o tema encontrados entre 2005 e 2016



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O fluxo de estudos no período de 2005 a 2016 apresenta um coeficiente de 0,9 publicações ao ano, ou seja, anualmente, há menos de um artigo. Deve-se destacar o ano de 2008, com três 3 publicações. Além disso, houve uma única reincidência de autoria, sendo a autora Mendonça (2007; 2008), que publicou na ANPTUR em 2007 e no V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL em 2008.

Foi constatado que a maioria dos estudos é de origem do estado do Rio de Janeiro, sendo oito (8) artigos do mencionado estado e dois (2) de São Paulo. Não foi possível encontrar artigos que abordassem o tema em outras localidades, o que pode ser conferido na Figura 2, que representa a filiação dos autores dos artigos analisados.

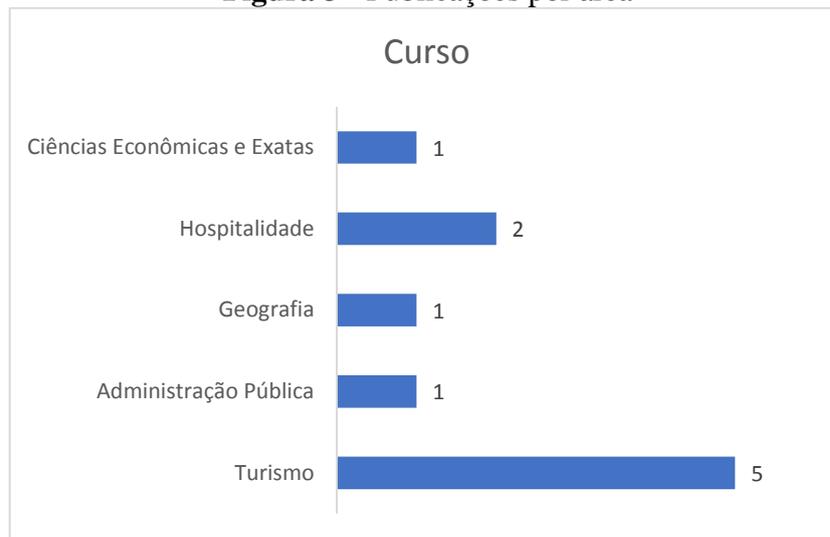
Figura 2- Filiação dos autores

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

As universidades do Rio de Janeiro, capital e região metropolitana, se mostraram mais interessadas em estudar o assunto, foram três (3) estudos da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), dois (2) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, dois (2) da Fundação Getúlio Vargas - RJ (FGV-RJ) e um (1) da Universidade Federal de Niterói (UFF). Além do Rio de Janeiro, São Paulo também publicou sobre o tema, sendo uma (1) publicação na Universidade de São Paulo (USP) e uma (1) da Universidade Anhembi Morumbi.

Com a escassez de pesquisas sobre o tema na área de administração, foi necessária a ampliação do campo de pesquisa, estendendo as buscas, também, para áreas ligadas ao turismo e geografia. Isso porque a base econômica da Ilha Grande-RJ se dá pelo turismo, o que justifica o interesse em aprofundamento destes dados.

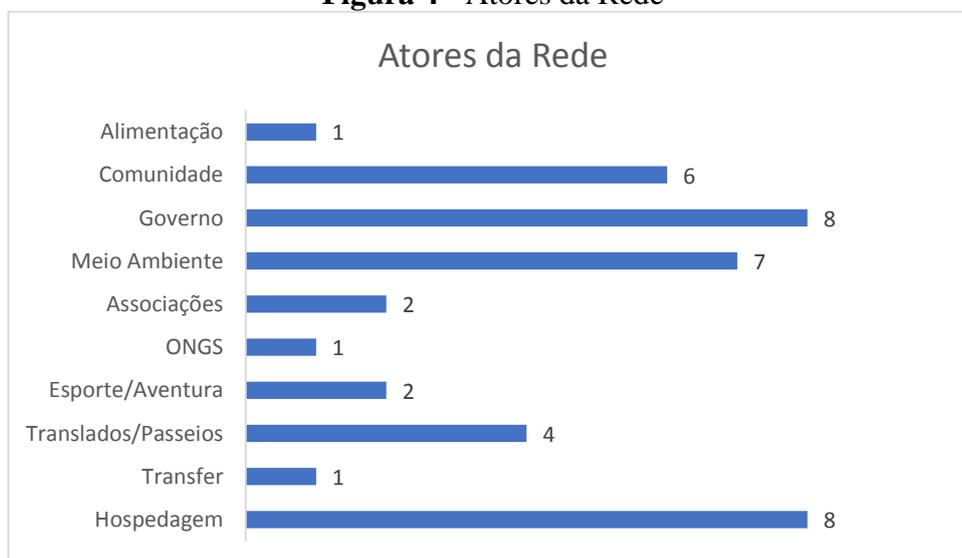
Esse novo olhar pôde trazer mais resultados: foram cinco (5) estudos provenientes do curso de turismo, dois (2) de Hospitalidade, um (1) da geografia, enquanto a área de administração pública e de exatas somadas são apenas duas (2), conforme ilustra a Figura 3.

Figura 3 - Publicações por área

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Em relação aos atores da cadeia, como a Figura 4 apresenta, vários artigos tiveram como protagonistas o ator Hospedagem (8) e a atuação dos Órgãos Governamentais (8), seguido dos impactos no Meio Ambiente (7) e Comunidade (6). Isso mostra que os diversos atores como Transfers (1), Translados e Passeios (4), Esporte e Aventura (2), Organizações Não Governamentais - ONGS (1), Associações (2), Alimentação (1) ganham pouca relevância nos estudos de redes empresariais.

Portanto, a composição desses estudos não consideraram a existência de uma rede empresarial, mas, sim, de um fenômeno de colaboração inter-empresas que surge da necessidade e não do real interesse.

Figura 4 - Atores da Rede

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Os artigos abordaram que o turismo vem ascendendo exponencialmente na Ilha Grande-RJ. O estudo de Mendonça (2008) mostra que, em 1988, eram registrados apenas dois (2) hotéis, duas (2) pousadas, um (1) camping e um (1) restaurante. Em breve comparativo, é possível afirmar que existem, conforme a AMHIG (2007 *apud* MENDONÇA, 2008), mais de cento e vinte (120) tipos de acomodações disponíveis na Ilha Grande-RJ. Em 2018, de acordo com a booking.com, a principal plataforma de reservas na Ilha Grande-RJ, 201 acomodações possuem cadastrado neste site.

Esse crescimento vem sendo criticado pela maioria dos estudos, já que, segundo seus autores, tem sido realizado sem planejamento e apoio suficiente dos órgãos públicos. Seis (6) artigos comentam sobre os danos ambientais e sociais causados pelo crescimento desordenado, afirmando a necessidade de agir de forma a garantir a saúde ambiental.

Essa questão é confirmada no estudo de Costa (2014), que destaca que 70% das empresas do ramo de hospedagem afirmaram que não realizam nenhuma iniciativa em prol da sustentabilidade ambiental e cultural local.

Um assunto abordado de forma recorrente nos estudos foi que a falta de auxílio dos órgãos públicos gerou a necessidade de movimentar a associação dos moradores, ou mesmo grupos de empresários a serviço da Ilha Grande-RJ. Como resultado, foi constatado que essas ações de coletividade estão conseguindo alcançar boas alternativas para a sustentabilidade na Ilha Grande-RJ (SAMPAIO, 2005).

As limitações encontradas nesta pesquisa consistiram, principalmente, na dificuldade de encontrar documentos que abordassem o tema redes de empresas de turismo na Ilha Grande. Como exposto anteriormente, apenas dois (2) artigos abordaram o tema de forma direta e esperada nessa seleção. Constata-se, também, que o fato da Ilha Grande-RJ ter aberto as “portas” para o turismo apenas há 24 anos, pode vir a dificultar as pesquisas voltadas à região, por questão de desconfiança dos empresários; medo; facilidade de acesso; informação e conhecimento por parte das empresas dentre outros. Sabe-se que, para se consolidar uma rede empresarial, pode demorar anos. Isso se torna observável no período das publicações, uma vez que não foi possível encontrar nenhum estudo sobre o tema antes de 2005, evidenciando que foram necessários mais de dez (10) anos para sair o primeiro estudo relacionado, de forma indireta, sobre as redes de turismo na Ilha Grande-RJ.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas pesquisas realizadas, foi possível constatar que existe oportunidade para o campo de estudo científico relacionado às redes empresariais na Ilha Grande-RJ. Não só para aprofundar o conhecimento de como se dá a estrutura e organização empresarial em uma ilha, onde a própria geografia dificulta a chegada de insumos e infraestrutura, mas, principalmente, para haver evolução e desenvolvimento na cadeia produtiva do local, o qual é destino escolhido por milhares de turistas nacionais e internacionais, e que se mantém em constante crescimento.

É possível identificar nos estudos a necessidade de formalizar as parcerias no local, o que chancela ainda mais a ideia de que o tema seja imperativo e imprescindível para que as empresas da Ilha Grande-RJ consigam elevar sua eficiência, reduzir custos com traslados, com fornecimento de insumos, mídias e, desta forma, estar mais preparada para elevar a potência de turismo local e garantir infraestrutura para receber os turistas. Além disso, a organização da cadeia produtiva poderá, também, contribuir de forma efetiva para que os empreendimentos locais, que hoje veem na cooperação uma forma de ajudar uns aos outros, consigam enxergá-la como uma forma de desenvolvimento e ascensão de ambos.

O tema redes empresariais não foi o objeto de todos os estudos encontrados, mais precisamente, apenas dois (2) citaram o tema de forma direta, enquanto os outros estudos apenas mencionam os atores da rede e da cadeia, porém, sem aprofundamento sob o olhar técnico na rede, mas, sim, no ator. Isso mostra que a visão de redes no cenário local é muito pouco explorada. O turismo é dado como um fenômeno, algo que existe pela necessidade, não em prol do desenvolvimento organizacional.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados, sendo possível verificar o volume de publicações do tema rede de turismo na Ilha Grande-RJ, com 10 artigos auferidos. Essas buscas foram realizadas pelas plataformas citadas na metodologia, pela validação das mesmas junto à academia.

A partir da leitura destes artigos, foi possível identificar nessas publicações suas variáveis, ano, curso, filiação dos autores, tipo de documento, palavras-chaves, título, base da pesquisa, atores da rede citados, principais resultados e sugestões de estudos futuros.

Dessa forma, foi possível destacar os principais atores da cadeia produtiva abordados, tendo destaque o ator hospedagem e órgãos governamentais, em seguida, o meio ambiente. Os demais foram pouco abordados (transfer, traslados e passeios, esporte e aventura, comunidade, associações, etc.).

Fica evidente que a utilização da rede como manobra competitiva é de extrema importância, é possível observar uma defasagem de estudos relacionados aos clientes, que poderiam ser mais abordados, possibilitando para os mesmos inseridos na rede, vantagens, seja de serviços ou de valores especiais.

O método bibliométrico utilizado foi um diferencial para a conclusão dessa pesquisa. A partir dele, foi possível encontrar todos os estudos relacionados ao tema no período definido e realizar as devidas análises. Ao finalizar a mesma, fica clara a necessidade de maior aprofundamento de estudos que tangem as redes de turismo da Ilha Grande-RJ, uma vez que a mesma necessita de redes para operar.

Como sugestão para estudos futuros, seria interessante montar, de fato, a teia das redes empresariais do turismo da Ilha Grande-RJ, identificar todos os atores que compõem o cenário local e entender como os mesmos interferem na cadeia, de forma a identificar lacunas e sugerir alternativas para melhoria dos mesmos e de toda a região.

Realizar uma análise bibliométrica que inclua todos os estudos que retratem a Ilha Grande, não só redes, uma vez que estudos focados no tema são escassos. Dessa forma seria possível destacar o que está sendo falado sobre o tema.

Ainda dentro das sugestões de estudos futuros, levantar as publicações sobre o turismo em Ilha Grande e analisar quantos destes falam sobre redes. Dessa forma buscando identificar como as redes tem sido tratadas na região, uma vez que o local vive de redes empresariais.

Essa pesquisa de cunho acadêmico evidencia o volume e conteúdo dos estudos referentes ao tema Redes de Turismo na Ilha Grande-RJ. Nele, foi possível observar que nenhum estudo ou empresa nesta localidade utiliza da teia de organizações como um formato organizacional que pode trazer vantagens competitivas. A rede se instaura de forma sutil, devido dependência da mesma em existir, uma vez que o local é uma Ilha e sua cadeia de distribuição de bens e serviços é limitada.

Por fim, é visto que a necessidade de um formato de redes bem definido na Ilha Grande-RJ pode trazer vantagens para as empresas e estudos do tema podem servir como base para elas se expandirem.

6 REFERÊNCIAS

AMATO NETO, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas.** São Paulo: Atlas, 2000.

AMATO NETO, João; OLAVE, Maria Elena León. Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. In: **Gestão & Produção.** v.8, n.3, p. 289-303. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

ARAÚJO, Carlos A. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão,** v.12, n.1, 2007.

BALESTRIN, A., VERSCHOORE, J. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** 6.ed. Editora Senac, São Paulo: 2001.

BIGNAMI, Rosana. Comunicação como fator estratégico do produto turístico. In: BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no Turismo: construção, desafios e vantagem competitiva.** São Paulo: Aleph, 2002.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana.** São Paulo: Atlas, 1999.

CASAROTTO F.N.; PIRES, L. H. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: Estratégias para a conquista da competitividade.** 2º ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M.; MACIEL, M. L. (orgs.) O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In: **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

COSTA, Larissa (Coord.). **Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização.** Brasília: WWF-Brasil, 2003.

CURY, Ricardo. Logística Aplicada ao Turismo. In: RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs.). **Turismo: uma visão empresarial.** Barueri, SP: Manole, 2004.

DALE, C. The competitive networks of tourism e-mediaries: new strategies, new advantages. **Journal of Vacation Marketing,** 3(9): 109-118, 2002.

DONAIRE, Denis; SILVA, Marcos P. da; GASPAR, Marcos A. A Rede de negócios do turismo: um estudo sobre suas características e implicações estratégicas. **Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica,** v. 11, nº 01, p. 112 – 134, jan/abr. 2009. Disponível em: <<http://repositorio.uscs.edu.br/bitstream/123456789/130/2/Rede%20de%20Negocios%20do%20Turismo.pdf>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

FUSCO, J. P. A; et al. Modelo de redes simultâneas para avaliação competitiva de redes de empresas. **Gestão e Produção**. São Paulo, vol. 12, no. 02, p.151-163, mai-ago. 2005.

GEROLAMO, M. C. **Gestão de desempenho em clusters e redes regionais de cooperação de pequenas e médias empresas**: Estudos de casos brasileiros e alemães e proposta de um modelo de análise. 2007.227p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo.2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HOFFMANN, V. E., MOLINA-MORALES, F. X., MARTINEZ-FERNÁNDEZ, M. T.. Redes de empresas: proposta de uma tipologia para classificação aplicada na indústria de cerâmica de revestimento. **Revista de Administração Contemporânea**, N. 11, 1ª Edição Especial, 2007, p. 103-127.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

LORANGE, P.; ROSS, J. **Alianças estratégicas**: formação, implementação e evolução. São Paulo: Atlas, 1996.

MACHADO, Ricardo A. **Redes empresariais**: um estudo de competitividade de uma rede varejista de alimentos do Rio Grande do Sul. 2004. 133f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria – RS, 2004.

MARIO, Fábio A. de; COSTA, Rodrigo S. da; RAPE, Sara F. de L. Estratégias de redes entre empresas: Pesquisa da formulação de uma rede de cooperação entre oficinas mecânicas de Foz do Iguaçu. **ReserachGate**, janeiro de 2015.

MARTINS, D. A. et al. Arranjos produtivos locais: retrospectiva e tendências na perspectiva das operações de serviços. **Annals of XVI SIMPEP**, Brasil, 2009.

NOVELLI, M; SCHMITZ, B.; SPENCER, T. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. **Tourism Management**, 27: 1141–1152, 2006.

PERROW, C. Small-firms networks. In NOHRIA, N.; ECCLES, R. G. (Eds.). **Networks and organizations**: structure, form, and action. Cambridge: Harvard University Press, 1992.

PORTER, M. E. Clusters and the new economics competition. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 6, Nov.-Dec. 1998.

POWELL, WALTER W. Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization. **Research In Organizational Behavior**, VOL. 12, PAGES 295-336, 1990

RIBAS, Cintia C. Cavalheiro; FONSECA, Regina C. Veiga. **Manual de metodologia**. Curitiba, 2008.

RIBAULT, M.; MARTINET, B.; LEBIDOIS, D.: **A gestão das tecnologias**. Coleção gestão & inovação. Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1995.

RODRIGUES, Adyr Balastreri. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

TOMAZI, S. **Cluster de turismo: introdução ao estudo de arranjo produtivo local**. São Paulo: Aleph, 2006.

VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 152-162, maio/ago. 2002.

XAVIER, T. R.; INÁCIO, R. de O.; WITTMANN, M. L.; FLECHA, A. C. A relação entre redes e turismo: uma análise bibliométrica sobre a emergência de um novo paradigma no planejamento turístico. **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 5, n. 2, p. 443-465, outubro de 2012.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO. Sistema de Bibliotecas e Informação. **Guia para normalização bibliográfica de trabalhos acadêmicos**. Ouro Preto, 2017. Disponível em: <http://www.repositorio.sisbin.ufop.br>. Acesso em: 20 jun. 2018.

APÊNDICE A – Publicações sobre Redes de Empresas em Ilha Grande - RJ

Quadro 2 - Publicações sobre Redes de Empresas em Ilha Grande – RJ

Continuação										
ANO	2008	2005	2014	2014	2007	2013	2008	2017	2008	2016
AUTOR	Maria Clara Muniz de Jesus Neves	Rafael Santos Sampaio	Nadja Maria Castilho Costa	Ana Maria Guimarães da Mota	Teresa Cristina de Miranda Mendonça	Erika Sayuri Koga	Romulo de Oliveira Costa	Diná Andrade Lima Ramos	Teresa Cristina de Miranda Mendonça	Wallace Bezerra Farias
CURSO	Turismo	Administração Pública	Geografia	Hospitalidade	Turismo	Hospitalidade	Turismo	Ciências Econômicas e Exatas	Turismo	Turismo
FILIAÇÃO DO AUTOR	Niterói, UFF	Rio de Janeiro, FGV	Rio de Janeiro, UERJ	São Paulo, Anhembi Morumbi	Rio de Janeiro, UFRRJ	São Paulo, Anhembi Morumbi	Rio de Janeiro, UERJ	Rio de Janeiro, UFRRJ	Rio de Janeiro, UFRRJ	São Paulo, USP
PALAVRAS-CHAVES	Ecoturismo. Desenvolvimento Local. Praia do Aventureiro. Turismo Cultural. Turismo Endógeno.	Políticas públicas. Desenvolvimento Sustentável. Turismo e Arranjos Produtivos Locais	Ecoturismo, rede hoteleira, território, impacto ambiental e Ilha Grande.	Hospitalidade; Stakeholders; Agência de Turismo; Mão de Obra; Ilha Grande.	Ilha Grande; turismo; atores sociais; desenvolvimento local	turismo; hospitalidade; stakeholders; meios de hospedagem; Ilha Grande.	Turismo; Território, Estudos ambientais	Enraizamento; Gestão social; Controle social.	Ilha Grande; Vila do Abraão; explosão do turismo; nativos; não-nativos	Desenvolvimento do turismo; stakeholders; cruzeiros marítimos; infraestrutura de cruzeiros
TÍTULO	TURISMO ENDÓGENO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: a ecologia e a cultura como atrativos na Praia do Aventureiro - Ilha Grande - Angra dos Reis - RJ	Estratégias para a superação de problemas locais à Vila do Abraão e sua relação com o desenvolvimento sustentável do turismo	A HOSPITALIDADE E NO (ECO)TURISMO DA ENSEADA DE ABRAÃO - ILHA GRANDE (RJ): REFLEXOS SOBRE O MEIO AMBIENTE LOCAL	A ESCASSEZ DA MÃO DE OBRA QUALIFICADA E A EFICIÊNCIA DAS AGÊNCIAS DE TURISMO EM ILHA GRANDE - RJ	Ilha Grande: turismo, atores sociais e traduções locais (Vila do Abraão e Vila do Aventureiro)	Análise dos Stakeholders e Gestão dos Meios de Hospedagem: estudo de casos múltiplos na Vila do Abraão, Ilha Grande, RJ1	ILHA GRANDE : A EXPANSÃO DO FENÔMENO DO TURISMO	Controle e Enraizamento Social da Vida Econômica na Ilha Grande, Angra dos Reis - RJ: uma Abordagem à Luz da Sociologia Econômica	O turismo que se tem e o turismo que se quer: discursos e significados a propósito do turismo na Vila do Abraão - Ilha Grande	Cruzeiros Marítimos e Stakeholders: perspectivas de desenvolvimento da infraestrutura de cruzeiros no Brasil.

Quadro 2 - Publicações sobre Redes de Empresas em Ilha Grande – RJ

											Conclusão
ANO		2008	2005	2014	2014	2007	2013	2008	2017	2008	2016
DOCUMENTOS	Artigos acadêmicos				x	x			x	x	
	Monografias	x		x				x			
	Dissertações		x				x				x
BASE DA PESQUISA		Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense	Biblioteca Digital da FGV	GEO UERJ	VIII FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU	ANPTUR - Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo	Revista Turismo em Análise	4º ENCONTRO NACIONAL DE GRUPOS DE PESQUISA – ENGRUP	Controle Social e Desenvolvimento Territorial - CSDT	V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - SeminTUR	Biblioteca Digital da USP
PRINCIPAIS ATORES DA REDE	Hospedagem	x	x	x	x	x	x	x		x	
	Transfer		x								
	Translados/Passeios	x	x		x						x
	Esporte e Aventura		x		x						
	ONGS								x		
	Associações		x						x		
	Meio ambiente	x	x	x		x		x	x	x	
	Governo	x	x	x		x		x	x	x	x
	Comunidade	x	x			x		x	x	x	
	Alimentação		x								

Fonte: Elaborado pelo pesquisador, 2018.

DECLARAÇÃO

Certifico que o trabalho de conclusão de curso intitulado “REDE DE EMPRESAS DE TURISMO NA ILHA GRANDE-RJ: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO”, de autoria do aluno **Miguel Arenas Lavalle**, foi aprovado sem recomendações de alteração pela banca examinadora e que estou de acordo com a versão final do trabalho.



Professora DSc. Simone Aparecida Simões Rocha

Orientador

Mariana, 17 de julho de 2018.