XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Teoria das redes interorganizacionais no turismo: uma análise sociométrica da rede de turismo de eventos de Juiz de Fora (MG) para o trabalho do Convention & Visitors Bureau do destino

Thais de Oliveira Lima[1]
Osíris Ricardo Bezerra Marques[2]
Carlos Manuel Martins Costa[3]

Resumo: no Brasil, o turismo motivado pelos eventos é o segundo maior fator de atração de estrangeiros para o país. A potencialidade deste setor tem ganhado espaço nos planos de desenvolvimento e marketing para fomentar a competitividade dos destinos em todo o mundo. Diante disso, encontra-se a estratégia de desenvolver redes de colaboração entre os atores sociais do turismo e dos eventos para que essas atividades se fortaleçam, coletivamente, superem os problemas de fragmentação e entreguem produtos competitivos no mercado global. Nesse cenário, surge a necessidade da institucionalização do trabalho colaborativo por meio de organizações da sociedade civil que sejam capazes de unir os interesses, públicos e privados, dos atores sociais do destino. Dessa forma, a partir de um estudo na cidade de Juiz de Fora (MG), essa pesquisa de cunho quantitativo, mapeou e analisou a rede interorganizacional do turismo de eventos local, sugerindo estratégias para desenvolver o trabalho colaborativo através do apoio ao Convention & Visitors Bureau, uma associação, sem fins lucrativos, de âmbito internacional, que busca fomentar o turismo de negócios e/ou eventos dos destinos. Valendo-se de uma amostra de 37 atores sociais selecionados pelo método de reputação, foi utilizada a técnica de análise por citação para mapear essa estrutura através de uma rede de referências das próprias organizações; e buscando estratégias de se objetivar os resultados deste trabalho, optou-se por aplicar a metodologia de análise sociométrica para se investigar a força dos laços entre as organizações, a centralidade dos nós na rede e os possíveis buracos estruturais nos seus fluxos de informações, produtos e serviços. Como resultado, foi possível mapear uma rede de relacionamentos de 176 organizações dos setores de turismo e eventos. Através da análise sociométrica aplicada na amostra, observa-se que é uma rede assimétrica, vinculada por laços fracos; constituído por relacionamentos informais; estabelecidos por uma interdependência múltipla de fluxos bidirecionais de informações, produtos e serviços. Seus membros possuem baixo índice de desentendimento e uma razoável percepção de benefícios das suas relações formada por um grau médio de colaboração, devido a confiança estabelecida entre as organizações, principalmente, do setor privado e da cadeia produtiva de eventos. Diante disso, sugere-se que o Juiz de Fora Convention & Visitors Bureau crie grupos de trabalho colaborativo por segmento, apoiado nas organizações

[1] Mestre em Turismo com ênfase em Planejamento e Gestão pela Universidade Federal Fluminense e Doutoranda em Turismo pela Universidade de Aveiro (Portugal). Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora. http://lattes.cnpq.br/4989690514498507. E-mail: thaislimajf@hotmail.com

[2] Doutor em Macroeconomia Internacional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, com doutorado sanduíche em Economia Internacional pela Universidade de Leeds (Reino Unido). Professor Adjunto do Departamento de Turismo e do Programa de Pós Graduação Stricto Senso em Turismo da Universidade Federal Fluminense. http://lattes.cnpq.br/1401073089905179. E-mail: osiris.marques@gmail.com

[3] Doutor em Turismo pela Universidade de Surrey (Inglaterra). Diretor e Professor Catedrático do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro (Portugal). http://lattes.cnpq.br/3867661936719299. E-mail: ccosta@ua.pt

identificadas como mais influentes, para minimizar os buracos estruturais dessa rede e fortalecer o turismo de eventos no destino. Pode se afirmar, que essa pesquisa oferece como contributo um caminho metodológico capaz de mapear e analisar redes interorganizacionais não só do turismo, como de outros setores econômicos.

Palavras-chaves: Análise Sociométrica. Redes Interorganizacionais. Gestão de Destinos Turísticos. Turismo de Eventos. Convention & Visitors Bureau