



Disponível em
www.univali.br/revistaturismo

Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica, v. 12, nº 1.
p. 92 – 113, jan/abr. 2010

ORGANIZAÇÃO E COORDENAÇÃO DA REDE DE COOPERAÇÃO EM AGLOMERADOS DE TURISMO RURAL

Adriana Czajkowski ¹
adrianaczaj@yahoo.com.br

Sieglinde Kindl da Cunha ²
skcunha21@gmail.com

Data de Submissão: 08/05/2009

Data de Aprovação: 26/08/2009

¹ Graduação em turismo pelas Faculdades Integradas Curitiba, Especialização em MBA - Marketing e Comunicação pelas Faculdades Integradas Curitiba, Especialização em MBA-Gestão de Organizações Turísticas e Hoteleiras pela Organização Paranaense de Ensino Técnico Ltda, Mestrado em Administração pela Universidade Positivo. Professora Colaboradora das Faculdades Integradas do Brasil.

² Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Paraná, Especialização em Economia Regional pela Universidade de São Paulo, Especialização em Curso Taller de Construcion de Cuentas Económicas pela Centro de Enseñanza de Estadística, Especialização em Desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná, Doutorado em Ciência Econômica pela Universidade Estadual de Campinas. Professora titular da FAE Centro Universitário e Professora Senior do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPR.

Endereço para correspondência: Rua José Ferreira Pinheiro, 110, Portão, Curitiba - PR. CEP: 80320-140.

ORGANIZAÇÃO E COORDENAÇÃO DA REDE DE COOPERAÇÃO EM AGLOMERADOS DE TURISMO RURAL

Resumo

As redes de cooperação representam uma alternativa efetiva para os atores sociais inseridos nos aglomerados de turismo rural, promovendo ganhos e vantagens coletivas. Torna-se importante verificar como se estruturam as ações especializadas e complementares entre as instituições responsáveis pela organização e coordenação da rede de cooperação nos aglomerados de turismo rural. Por esta razão, o objetivo do presente artigo é descrever a forma de organização e coordenação da rede de cooperação entre os atores sociais do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, fundamentando-se no aparato teórico e metodológico de Michael Porter (1999) sobre aglomerados, e de Balestrin e Verschoore (2008) sobre gestão de redes de cooperação. A abordagem metodológica adotada para a pesquisa foi a de natureza qualitativa (exploratório-descritiva), contemplando o estudo de caso como método de procedimento. Para coleta dos dados aplicou-se a entrevista semi-estruturada a 10 atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. Os resultados, de uma forma geral, indicam que a organização e coordenação da rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural se estruturam no trabalho sinérgico desenvolvido pela Secretaria Municipal de Turismo, Conselho Municipal de Turismo e Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural.

Palavras-chave: Aglomerado; Redes de Cooperação; Organização e Coordenação de Redes de Cooperação.

ORGANIZATION AND COORDINATION OF A COOPERATION NETWORK IN RURAL TOURISM CLUSTERS

Abstract

Cooperation networks represent an effective alternative for social actors that form part of rural tourism clusters, as they help improve profits and collective benefits. It is important to determine how specialized and complementary actions between institutions responsible for organizing and coordinating cooperation networks in rural tourism clusters are structured. The aim of this study, therefore, is to describe the organization and coordination of the cooperation network of social tourism actors of the Circuito Italiano de Turismo Rural (Italian Rural Tourism Circuit) in the municipal district of Colombo-PR, using Michael Porter's (1999) theoretical and methodological framework on clusters, and Balestrin and Verschoore's (2008) theoretical perspective on the management of cooperation networks. The methodology used was qualitative research (exploratory and descriptive), with a case study as the procedure method. The data were obtained through semi-structure interviews with ten social actors of the Circuito Italiano de Turismo Rural. The results, in general, indicate that the organization and coordination of a cooperation network between social actors of the Circuito Italiano de Turismo Rural are structured by the synergistic work of the Municipal Secretary for Tourism, the Municipal Tourism Board, and the Circuito Italiano de Turismo Rural Association of Businesses.

Key words: Clusters; Cooperation Networks; Cooperation Networks Organization and Coordination.

ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE LA RED DE COOPERACIÓN EN AGLOMERADOS DE TURISMO RURAL

Resumen

Las redes de cooperación representan una alternativa efectiva para los actores sociales insertados en los aglomerados de turismo rural, promoviendo ganancias y ventajas colectivas. Es importante verificar cómo se estructuran las acciones especializadas y complementarias entre las instituciones responsables por la organización y coordinación de la red de cooperación en los aglomerados de turismo rural. Por esta razón, el objetivo del presente artículo es describir la forma de organización y coordinación de la red de cooperación entre los actores sociales del turismo en el Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, fundamentándose en el aparato teórico y metodológico de Michael Porter (1999) sobre aglomerados, y de Balestrin y Verschoore (2008) sobre gestión de redes de cooperación. El abordaje metodológico adoptado para la investigación fue de naturaleza cualitativa (exploratorio-descriptiva), contemplando el estudio de caso como método de procedimiento. Para la recolección de los datos se aplicó una entrevista semiestructurada a 10 actores sociales del Circuito Italiano de Turismo Rural. Los resultados, de un modo general, indican que la organización y coordinación de la red de cooperación entre los actores sociales del Circuito Italiano de Turismo Rural se estructuran en el trabajo sinérgico desarrollado por la Secretaría Municipal de Turismo, Consejo Municipal de Turismo y Asociación de los Emprendedores del Circuito Italiano de Turismo Rural.

Palabras clave: Aglomerado; Redes de Cooperación; Organización y Coordinación de Redes de Cooperación.

1. INTRODUÇÃO

A atividade turística, inserida na sociedade contemporânea e no mercado mundial, está passando por transformações cada vez maiores, as quais se processam em um ritmo intenso e acelerado (BENI, 2003a; CAMARGO, 2003). Sob esta ótica, em muitos casos, as organizações pertencentes ao turismo buscam distintas maneiras de adquirirem vantagens competitivas que lhes possibilitem a diferenciação frente à competitividade do mercado (RUSCHMANN; SOLHA, 2003).

O resultado do atual mercado de turismo mundial, cada vez mais competitivo, é o crescimento de destinações tanto nos países já especializados na oferta de serviços turísticos diferenciados como naqueles em desenvolvimento que descobrem no turismo uma possibilidade de integração à economia mundial (BENI, 2003b). Por conseguinte surgem “estratégias globais para identificar, desenvolver e comercializar o turismo” (BENI, 2003c, p.28) de forma planejada, sendo que muitas delas baseiam-se na organização de redes ou aglomerações geográficas, promovendo um intercâmbio entre os atores que as compõem.

É a partir dessa e de outras constatações, oriundas do atual momento histórico e econômico do turismo, no qual esforços compartilhados promovem um cenário de crescimento regional e colaboração, que se percebe a pertinência do estudo sobre cooperação entre os atores sociais na atividade turística (SILVA T., 2004a; SILVA, 2006).

Nesse sentido, o trabalho em rede, o qual articula os setores privado, público e a própria comunidade, ganha ainda mais força no turismo, visto que este é um “instrumento de sociabilidade, de coletividade e integração” (THOMAZI, 2006a, p.21).

Sob o aspecto da validade do entendimento sobre a cooperação entre atores vinculados à atividade turística, com destaque ao turismo rural, é relevante mencionar a associação existente entre o estudo do tema redes de cooperação e aglomerados no contexto do turismo rural (CUNHA; CUNHA, 2006a). Há de se mencionar que na exata medida em que se observa o fortalecimento de regiões turísticas, por meio de ações conjuntas entre atores vinculados ao turismo rural (THOMAZI, 2006b), passa-se a considerar a importância de se estabelecer a organização e coordenação das iniciativas cooperadas nos aglomerados dessa atividade. Nessa dimensão, vislumbra-se a relevância das ações especializadas e complementares entre as instituições responsáveis pela coordenação e organização da rede de cooperação entre os atores sociais nos aglomerados de turismo rural, destacando-se o papel desempenhado pelo poder público, associações setoriais representativas e entidades de apoio.

Nessa dimensão, é relevante refletir sobre a dinamização das redes de cooperação na atividade turística e nos aglomerados de turismo rural no Estado do Paraná, com destaque a região do Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo. Os gestores do turismo, conforme salientado pela Secretaria de Estado de Turismo do Paraná (2007), defendem a integração de empreendimentos paranaenses geograficamente localizados de forma próxima e estratégica, para uma comercialização conjunta e complementar de seus produtos e serviços turísticos, pois de forma isolada não possuem suficiente grau de atratividade para garantir competitividade e gerar demanda. Por conseguinte, o presente estudo visa a descrever a forma de organização e a coordenação da rede de cooperação entre os atores sociais do turismo rural no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, fundamentando-se no aparato teórico e metodológico de Michael Porter (1999a) sobre aglomerados e de Balestrin e Verschoore (2008a) sobre gestão de redes de cooperação.

Tal motivação originou-se da necessidade de se elaborar estudos sobre o tratamento conceitual e a aplicabilidade prática do modelo dos Aglomerados de Michael Porter (1999b) no turismo rural, em especial sobre a cooperação, no qual se valorize a profundidade e rigor no tratamento dos assuntos quando abordados. A cooperação é um importante elemento do Modelo dos Aglomerados de Porter (1999c), pois através da união entre os atores inseridos no aglomerado possibilita-lhes ganharem mercado e competitividade. Coligado a isto ainda se faz necessário salientar que considerando a escassez de pesquisas científicas a respeito das formas de organização e coordenação das redes de cooperação em aglomerados de turismo rural, pretende-se, por meio deste trabalho, contribuir para o avanço das pesquisas sobre o Modelo dos Aglomerados de Porter (1999d) no campo do turismo e, paralelamente, à elaboração de novos estudos sobre redes de cooperação e aglomerados de turismo rural no Brasil.

É salutar mencionar que com o intuito de facilitar o entendimento sobre os resultados da organização e coordenação das redes de cooperação em aglomerados de turismo rural, apresenta-se, como complemento ao Modelo dos Aglomerados proposto por Porter (1999e), a visão teórica de Balestrin e Verschoore (2008b) a respeito da gestão de redes de cooperação.

No contexto prático importa ainda acrescentar que o atual desenvolvimento do turismo rural no Brasil, com destaque ao Estado do Paraná, surge como estímulo à permanência do agricultor no campo, e atualmente contribui na geração de renda e emprego à comunidade e empreendedores locais (SETU, 2007). Adiciona-se que a escolha pelo Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR como objeto de estudo deve-se ao fato de ele ser o primeiro roteiro de turismo da Região Metropolitana de Curitiba disponibilizado ao público. Paralelamente é considerado experiência pioneira do Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba. O município de Colombo se destaca pelo seu potencial endógeno

de lazer e turismo, ou seja, através do Circuito Italiano de Turismo Rural valorizam-se no município, de forma conjunta, os fatores étnico e rural da região.

Em relação à estrutura do presente artigo, primeiramente, promovem-se considerações atinentes ao estudo dos aglomerados quanto à realidade do turismo e turismo rural, destacando-se o Modelo dos Aglomerados de Michael Porter (1999f) e o Modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional adaptado ao contexto turístico e ao Circuito Italiano de Turismo Rural. Em seguida apresentam-se a definição de redes de cooperação, sua contextualização com a atividade turística e as formas de coordenação e organização destas, baseando-se principalmente nas concepções de Balestrin e Verschoore (2008c). Posteriormente descrevem-se os procedimentos metodológicos e os resultados obtidos através das entrevistas. A última seção abrange as considerações finais e sugestões para estudos futuros.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente estudo parte da premissa de que é preciso, para sustentação teórico-empírica, apresentar conceitos e explicações dos principais itens que compõem o tema de pesquisa, os quais são frutos de uma revisão bibliográfica, aliada à análise dos contextos que se fez necessária.

Considerou-se relevante demonstrar primeiramente as percepções existentes, por parte dos pesquisadores da área, a respeito do Modelo dos Aglomerados de Michael Porter (1999g) e do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, inserindo a definição de aglomerado para apoiar então o conteúdo sobre aglomerados de turismo rural. Dessa forma, torna-se mais evidente a possibilidade de alinhar a pesquisa à organização e coordenação das redes de cooperação no turismo rural.

2.1. Aglomerados

Estudos desenvolvidos por Thomazi (2006c, p.26), apontam para constatação de que os aglomerados são vistos como uma “questão estratégica a ser tomada para operação no mercado”. Autores como Blundel e Thatcher (2005a) e Castells (2006) complementam que o entendimento a respeito da dinâmica dos aglomerados exige o fortalecimento da compreensão sobre a atual sociedade em rede e, conseqüentemente, a respeito da globalização, ou seja, do real funcionamento do mercado.

Porter (1999h) tece suas contribuições teóricas sobre aglomerados a partir do Modelo dos Aglomerados, fundamentando-se em uma abordagem mais focada aos aspectos da estratégia, competitividade e produtividade (SILVA T., 2004b). Todavia, ressalta-se que a busca de Porter pela estruturação conceitual e entendimento sobre os aglomerados sustenta-se no trabalho de Alfred Marshall (1890), pois este é considerado pioneiro e introdutor oficial do conceito de economias de aglomeração na teoria econômica (SILVA J, 2004a). E é justamente diante das ponderações de Porter (1999i, p.210) que se observa

O conceito de aglomerado representa uma nova maneira de pensar as economias nacionais, estaduais e urbanas e aponta para os novos papéis das empresas, dos governos e de outras instituições que se esforçam para aumentar a competitividade. A presença dos aglomerados sugere que boa

parte da vantagem competitiva se situa fora de determinada empresa ou mesmo do setor, residindo, ao contrário, na localização das unidades de negócios.

Neste cenário, o referido autor salienta que os aglomerados são espaços que promovem novas modalidades de interação entre as empresas, órgãos governamentais e demais instituições. Assim, por intermédio dos aglomerados, o governo assume um papel distinto, focando-se de modo mais expressivo no nível microeconômico, visando a remover os obstáculos que dificultem a melhoria e crescimento dos aglomerados existentes ou emergentes (BLUNDEL; THATCHER, 2005; SILVA J., 2004b).

Os aglomerados estruturam-se tanto em economias avançadas como em economias em desenvolvimento, ou seja, eles podem assumir formas distintas conforme a sua profundidade, temporalidade e sofisticação. Sob este ponto de vista, salienta-se que os aglomerados podem ocorrer em áreas rurais ou urbanas. Estes variam de acordo com o tamanho, estágio de desenvolvimento e amplitude. Assim, tal como fora mencionado, assevera-se a definição que será aplicada no presente estudo, a qual destaca que um “aglomerado é um agrupamento geograficamente concentrado de empresas interrelacionadas e instituições correlatas numa determinada área, vinculadas por elementos comuns e complementares” (PORTER, 1999j, p.211).

Thomazi (2006c, p.34) acredita que a maioria dos aglomerados é formada por “empresas de produtos ou serviços finais, fornecedores de produtos especializados, componentes, equipamentos e serviços, instituições financeiras e empresas em setores correlatos, distribuidores e clientes da cadeia de produção”. Evidencia-se, com base em Porter (1999k), que os aglomerados também são formados pelos órgãos e instituições governamentais, além de entidades associativas.

A exemplo do que fora citado pelo autor, ao contrário de visar somente a empresa ou um único setor, o aglomerado permite a captação dos elos, sinergias, complementaridades e resultados em relação às tecnologias, qualificações, informações, necessidades dos clientes e *marketing* (SILVA T., 2004c).

Por meio do aglomerado constitui-se uma estrutura facilitadora para comunicação e interação das empresas correlatas, fornecedores, governos e demais instituições de destaque. Por isto mesmo se torna correto examinar os pressupostos do Modelo dos Aglomerados de Michael Porter (1999l).

2.1.1. Modelo dos Aglomerados

Através dos estudos de Sledge (2005), verifica-se primeiramente que o Modelo dos Aglomerados de Michael Porter (1999m) fundamenta-se nos relacionamentos e na aproximação das empresas, fornecedores e instituições economicamente interligadas em uma localidade geográfica, visando ao fortalecimento do aglomerado. Sob esta ótica torna-se essencial destacar que o modelo dos aglomerados “pode exercer grande influência sobre a compreensão da forma de atuação dos aglomerados e de como seriam capazes de se tornar mais produtivos” (PORTER, 1999n, p.240).

Em outras palavras, o modelo dos aglomerados “ajuda a isolar as formas mais benéficas de redes” e ainda auxilia a “esclarecer as causas das estruturas de rede, a substância das atividades em rede e a ligação entre as características e os resultados das redes” (PORTER, 1999o, p.241). É salutar mencionar que no Modelo de Porter, o

aglomerado é vislumbrado como uma forma de rede cujo desenvolvimento ocorre dentro de uma localidade geográfica.

A exemplo do ressaltado anteriormente, o aglomerado contribui para que uma localidade se torne mais produtiva, desenvolva a sua capacidade local de aprimorar produtos e processos e promova a inovação (BLUNDEL; THACHER, 2005b). No caso da atividade turística, Porter (1999p, p.249) analisa que o aglomerado de turismo pode representar “uma força positiva na melhoria da infraestrutura nas áreas afastadas e na dispersão da atividade econômica” de um local. Por isso mesmo se torna importante ampliar a visão sobre os aglomerados de turismo rural.

2.1.2. Aglomerados de Turismo Rural

O turismo rural representa a atividade turística realizada na zona rural. Na área rural o turismo, a atividade agrícola e a pecuária se interrelacionam, sendo que aquele surge como alternativa à permanência do homem no campo (BUTLER; HALL; JENKINS, 1999).

Uma leitura das recentes transformações ocorridas no meio rural brasileiro e mundial permite destacar a importância das atividades não agrícolas para a expansão dessas áreas, principalmente no quesito serviços, englobando assim o turismo rural. Nesse contexto, vale ressaltar que atualmente o meio rural tem sido associado à qualidade de vida e considerado um espaço potencial para o desenvolvimento de atividades como o turismo e o lazer (SCHNEIDER; FIALHO, 2000; JENKINS; HALL; TROUGHTON, 1999; PERALES, 2002).

O foco em aglomerados de turismo rural pode ser uma alternativa geradora de vantagens competitivas ao destino turístico que desenvolve esta atividade (RODRIGUES JUNIOR, 2004). É por esta razão que Thomazi (2006d) complementa que o setor de turismo, com destaque ao turismo rural, pode ser considerado um ambiente apropriado para o contexto de aglomerados visto que a cadeia produtiva da atividade em questão, os elos de produção e organização do segmento, bem como o espaço geográfico em que ocorre, privilegiam a concepção de aglomerado. Para Beni (1998) *apud* Thomazi (2006, p.35) a aplicação do conceito aglomerado no turismo, também aplicável ao turismo rural, “estaria representado pela expressão de um conjunto de atrativos reunidos em determinado espaço geográfico, em que haveria concentração de esforços para o impulso desse produto no mercado”.

É interessante perceber que o aglomerado de turismo caracteriza-se pelo “ganho comum na solução de problemas comuns” (THOMAZI, 2006e, p.37) entre seus atores, oportunizando melhor compreensão da cadeia produtiva do turismo e a potencialidade turística de um local. Complementa-se que a organização de um aglomerado de turismo rural pode ser visualizada através da integração entre seus atores no ambiente da cadeia produtiva do turismo rural (CAI, 2002).

Tomando como base Cunha e Cunha (2006b), nota-se que os modelos de aglomerados de turismo, os quais podem ser aplicados ao turismo rural, geralmente contemplam como elementos internos: (1) atrações turísticas naturais e artificiais; (2) equipamentos e serviços turísticos (meios de hospedagem, serviços de alimentação, entretenimento, transportes, agências de viagens, comércio turístico, informações turísticas, entre outros), (3) setores de apoio à prestação de serviços turísticos, (4) infraestrutura turística (acesso, energia, saneamento, comunicações, etc.), (5) empresas ou instituições para fornecimento de qualificação especializada, informações e capital financeiro, (6) agentes internos organizados em associações de classe e (7) agências governamentais e outros órgão reguladores, os quais exercem influência sobre a aglomeração de turismo.

Parte destas observações sobre aglomerados e aglomerados de turismo rural decorre da constatação de que o Modelo dos Aglomerados de Porter (1999q) está diretamente atrelada à compreensão do modelo Diamante da Vantagem Competitiva Nacional estabelecido pelo autor. O modelo baseia-se na interrelação de quatro influências que representam os efeitos da localização na competição entre as empresas. Este foi primeiramente apresentado na obra de Porter intitulada *The competitiveness of nations* (1990) e será detalhado no item a seguir.

2.1.3. Diamante de Vantagem Competitiva Nacional

Porter (1999r), trazendo à tona a questão da vantagem competitiva e a influência da localização do aglomerado no desenvolvimento do mesmo, observa que o modelo proposto como Diamante da Vantagem Competitiva Nacional permite analisar as determinantes da vantagem nacional, ou seja, “pode-se saber por quais razões algumas áreas geográficas se especializam e se sobressaem das demais em certos tipos de atividade econômica, sendo possível identificar como tais vantagens competitivas são alcançadas” (FROTA, 2005a, p.3).

É salutar apresentar as peculiaridades do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional. Diante da constatação de que a produtividade e o crescimento do aglomerado sofrem influências ambientais, Porter (1999s, p.223) estabeleceu um “modelo dos efeitos da localização na competição com base em quatro influências interrelacionadas, graficamente ilustradas ‘num diamante’”. A metáfora diamante tornou-se uma referência ao Modelo dos Aglomerados. Segundo Blundel e Thatcher (2005), compreende-se o aglomerado quando se coloca em prática as determinantes do diamante. Portanto, as determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional devem ser consideradas de forma sistêmica (FROTA, 2005b).

Cunha e Cunha (2006c) salientam que Porter (1999t) apresenta em seu modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional (conforme figura 1), quatro determinantes de vantagem nacional as quais se alinham ao papel do governo e do acaso: (1) condições de fatores; (2) condições de demanda; (3) setores correlatos e de apoio; (4) estratégias, estruturas e rivalidades das empresas.

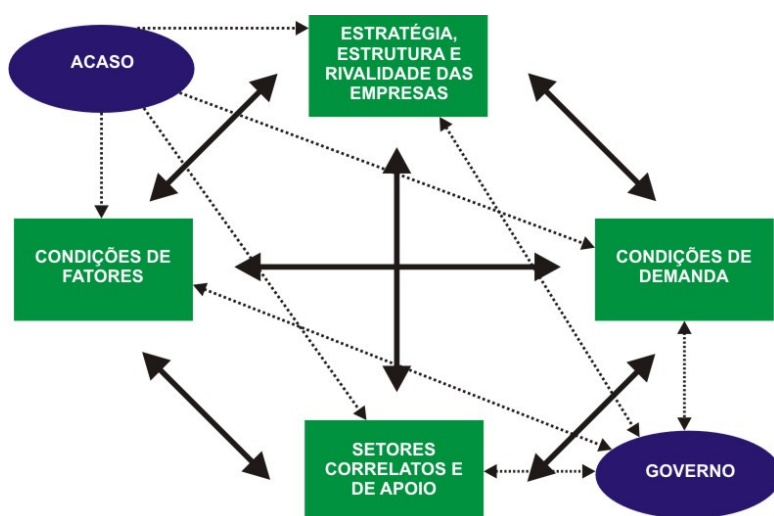


Figura 1 - Sistema Completo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999).
Fonte: Adaptado de Silva J. (2004) e Thomazi (2006).

As condições de fatores tratam da posição do país em relação aos fatores de produção. Incluem os recursos necessários para o desenvolvimento das vantagens competitivas, como os recursos humanos, físicos, de capital e infraestrutura (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003). As condições de demanda referem-se à natureza da demanda interna para um produto ou serviço. A demanda interna é relevante pelo fato de permitir a revelação sobre a necessidade de inovação no aglomerado, promovendo produtos e serviços mais próximos às necessidades dos consumidores (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003; FROTA, 2005). Os setores correlatos dizem respeito aos setores inseridos em um sistema de cadeia de valores, ou seja, compartilham atividades nesta cadeia. As empresas de apoio são representadas pelos fornecedores e empresas, considerados canais de distribuição e intermediação. As estratégias, estruturas e rivalidade das empresas referem-se às condições que orientam e regem a criação, organização e direção das empresas em um determinado país, aliadas à rivalidade interna. Esta determinante localiza-se na esfera interna da empresa e associa-se

[...] às práticas administrativas adotadas por determinada indústria e suas respectivas firmas, à percepção dos agentes envolvidos no processo competitivo sobre comércio interno e externo, à formação dos profissionais de determinada empresa e à influência de políticas governamentais no interior das organizações (CUNHA; CUNHA, 2006d, p.62).

A rivalidade interna caracteriza-se por estimular a inovação das empresas inseridas no aglomerado bem como a especialização dos fatores condicionantes e fornecedores (SILVA, J.,2004).

Ainda em relação ao Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, é salutar mencionar mais duas variáveis que exercem influência sobre o mesmo. Primeiramente tem-se o acaso, o qual se relaciona aos acontecimentos em que a empresa não exerce controle, como os fenômenos naturais ou geopolíticos. A segunda variável refere-se ao governo, o qual pode atuar na melhoria ou na piora da vantagem nacional por meio das políticas diversas (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003; FROTA, 2005). Cunha e Cunha (2006e, p.63) afirmam que “a ação pública também afeta as atividades de turismo através das políticas públicas, como exemplo, a taxa de câmbio, políticas de renda, taxa de juros, falta de controle da poluição ambiental, regulação do mercado de trabalho”. Ressaltam-se ainda a promoção de encontros e reuniões entre os agentes e levantamento de dados e informações sobre o turismo para melhor tomada de decisão sobre os investimentos.

Apesar dos Modelos dos Aglomerados e do Diamante da Vantagem Competitiva de Porter, se favorece o entendimento da dinâmica da competitividade. Porter (1999u) salienta que os aglomerados configuram uma combinação de competição e cooperação. A visão de aglomerados promove a observação de que a cooperação e competitividade devem ser vistas como complementares (CUNHA; CUNHA, 2006e).

Como forma de demonstrar a relevância da cooperação na competitividade dos aglomerados, salienta-se que “as vantagens dos aglomerados se baseiam, sobretudo nos elos e conexões entre indivíduos e grupos” (PORTER, 1999v, p.254), ou seja, os elos e conexões promovidos pela cooperação entre empresas, setores e instituições inclusas em um aglomerado são fundamentais para competitividade do mesmo, devido ao estabelecimento de uma rede de relacionamentos entre os atores visando a objetivos comuns (CURTIS, 2008). A partir do momento em que se privilegiar a rede de cooperação no aglomerado, torna-se essencial vislumbrar como se estruturará a gestão, organização e coordenação desta rede de cooperação. Ressalta-se no presente trabalho que a análise de aglomerados com base no modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de

Porter (1999) pode ser adaptada ao contexto de região e conseqüentemente aglomerado de turismo rural (THOMAZI, 2006f).

Sob essa ótica, acredita-se que o modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) pode ser adaptado para análise da rede de cooperação em aglomerados de turismo rural, promovendo-se o entendimento da sua organização e coordenação. A figura 2 ilustra o modelo sugerido para o estudo da cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. Além de promover a aproximação dos pesquisadores às ações de cooperação entre os atores sociais do turismo do circuito, o modelo também facilitou a descrição da organização e coordenação da rede de cooperação existente no roteiro em questão.

DIAMANTE DE PORTER - MODELO ADAPTADO PARA ANÁLISE NO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL - COLOMBO-PR



Figura 2 - Modelo do Diamante de Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) adaptado para análise do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR
Fonte: Adaptado de Cunha e Cunha (2006).

Destaca-se primeiramente que no modelo proposto e utilizado em um aglomerado de turismo rural, a determinante estratégia e estrutura dos setores econômicos atuais e potenciais pode ser representada pelo grau de conectividade entre os atores, atividades desenvolvidas em parcerias e a cooperação entre os mesmos. Dentro do contexto do turismo rural, destaca-se que a determinante 'condições de fatores de produção' refere-se aos recursos e às atividades inseridas nesta determinante: (1) capacitação da mão-de-obra à prestação de serviços ao turista ou visitante, (2) disponibilidade de atrativos turísticos e recursos físicos, (3) existência de recursos de conhecimento, representados pelas agências de informações e divulgação do turismo, (4) disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento da melhoria da infraestrutura e supraestrutura do turismo, (5) recursos para melhoria do acesso ao produto turístico (energia, estradas, saneamento, entre outros) e nos serviços de segurança, inclusive.

No caso da determinante condições de demanda nos mercados, esta se relaciona à composição da demanda, seu padrão de crescimento e exigências em relação à qualidade. As indústrias correlatas e de apoio referem-se às empresas de apoio (representadas pelos fornecedores) e as empresas consideradas canais de distribuição e intermediação. No turismo destacam-se os fornecedores dos empreendimentos turísticos. A variável Entidades Representativas retrata a constituição de Associação Representativa entre os atores sociais.

A variável Governo alinha-se ao papel desempenhado pelo poder público no apoio ao desenvolvimento do aglomerado de turismo rural (CUNHA; CUNHA, 2006f).

No que tange ao ambiente institucional do aglomerado de turismo rural, correspondente às instituições locais que se relacionam ao turismo (Secretaria de Turismo, Conselho Municipal de Turismo e Associações Representativas) ressalta-se a necessidade de se fomentar a coesão social e política dos atores atuantes nesta atividade.

Os formatos organizacionais baseados em aglomerados são considerados tendências às organizações turísticas por privilegiarem tanto a atuação conjunta dos agentes quanto a interação entre os mesmos (BENI, 2006). A interação entre as determinantes do modelo do diamante de Porter (1999), adaptado ao Circuito Italiano de Turismo Rural, representa a dinâmica do aglomerado de turismo rural e a cooperação entre seus atores locais.

Quando se privilegiam ações cooperadas em aglomerados de turismo rural, contribui-se para a competitividade da região (BJÖRK; VIRTANEN, 2005; LINS, 2000). Por essa razão, torna-se pertinente analisar as peculiaridades da cooperação e da gestão (organização e coordenação) da rede de cooperação, bem como a importância dos atores sociais inseridos na atividade do turismo rural atuarem coletivamente.

2.2. Redes de Cooperação

Quando se analisa a dinâmica de operação de um aglomerado na atual conjuntura de mercado, percebe-se a cooperação como um elemento fundamental ao desenvolvimento do mesmo. Britto (2004) menciona que ao se consolidar as práticas cooperativas entre os agentes de um aglomerado, propagam-se os processos conjuntos de aprendizado e capacitação. Em especial, a cooperação faz com que o aglomerado ganhe força e eficiência, além de intensificar o ritmo de introdução de inovações. Sob esta ótica, o aglomerado aliado à visão de cooperação reforça o potencial e o desempenho competitivo dos atores inseridos no mesmo (BALESTRO, 2004).

Casarotto Filho e Pires (2001) mostram que o foco na cooperação está cada vez mais presente na realidade dos aglomerados. Em contrapartida, Balestro (2004, p.51) salienta que o “ato de cooperar é complexo”. Verifica-se que a cooperação não é considerada uma relação simples entre as organizações participantes de um aglomerado, pois estas possuem diferenças estruturais e objetivos divergentes, podendo gerar percepções e expectativas contraditórias entre si. Diante destas considerações, para se proporcionar um ambiente propício ao trabalho colaborativo, “devem ser estabelecidos *a priori* os objetivos de cada parte envolvida, bem como o objetivo que o projeto como um todo pretende realizar” (FLORES; SEGATTO-MENDES, 2006, p.85).

Salienta-se que a cooperação, na visão genérica de seu significado, é definida como o ato de se “trabalhar em comum, envolvendo relações de confiança mútua e coordenação, em níveis diferenciados, entre os agentes” (LASTRES, CASSIOLATO, 2005, p.9). O que se nota, portanto, é que a cooperação permite a visão do abandono do individualismo, ênfase na tolerância e no saber ceder, além da aceitação do concorrente como um semelhante.

Menciona-se que a relevância das redes está na reunião da flexibilidade e agilidade das empresas de menor porte com as grandes corporações. Dessa forma, o contexto de redes no presente estudo associa-se aos aspectos do relacionamento entre os atores de um aglomerado no sentido mais próximo a visão de cooperação.

No caso mais específico das redes de cooperação, nota-se que estas consistem em um conjunto de atores que se encontra agrupado em uma única estrutura, operando de

forma coletiva em busca de um objetivo comum. Complementa-se que na concepção de redes de cooperação é essencial destacar dois relevantes atributos: a conectividade, isto é, a comunicação eficiente entre os agentes participantes da rede, e a coerência, representada pelo compartilhamento de metas e objetivos comuns (BALESTRIN; VERSCHOOORE, 2008a).

Nessa perspectiva, cabe frisar que a análise das redes de cooperação é complementada por Tálamo (2008a, 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”. Em outras palavras, vislumbra-se que o aspecto fundamental para o entendimento das redes de cooperação situa-se “exatamente no padrão das conexões entre os atores [...] pois é este padrão de conexão ou interação que viabiliza o fluxo de informações e conseqüentemente, o fluxo do conhecimento e do aprendizado (TÁLAMO, 2008b, p.34).

Ao estudar a importância dos aglomerados e os benefícios que a cooperação proporciona aos agentes neles inseridos, verifica-se que, em decorrência da relevância de se agir coletivamente, a questão da gestão (organização e coordenação) em aglomerados deve ser mencionada. Balestrin e Verschoore (2008b) enfatizam em suas pesquisas as idéias relacionadas à gestão de redes, mencionando que independente da configuração assumida pela cooperação em um aglomerado, a sua gestão é fundamental. Vale salientar que não há um único modelo de gestão da cooperação aplicável a todas as redes. Os autores afirmam que a gestão da rede de cooperação pode ser: (a) autogestão: indicada a pequenos grupos (inferior a 10 participantes), onde as empresas se auto organizam; (b) empresa líder: recomendada às redes complexas e caracterizada pela gestão realizada por uma empresa líder que assume para si as atribuições relacionadas à gestão da rede, alinhando seus objetivos aos das empresas associadas; (c) entidade administrativa autônoma: a rede cria uma entidade administrativa que gerencia e representa a rede no mercado.

A organização e a coordenação são essenciais, pois as relações de cooperação entre os agentes de um aglomerado estruturam-se com base numa visão em longo prazo. Defende-se a ideia de que nas redes de cooperação é essencial que haja uma estrutura entre os atores e o estabelecimento de mecanismos de organização e normas, os quais orientam e coordenam o empreendimento das ações coletivas.

Especificamente no turismo, a organização de uma rede de cooperação em aglomerados de turismo rural pode ocorrer por meio de uma central de coordenação, isto é, forma-se uma entidade, composta por representantes, responsável por promover um fluxo informacional, alinhar as estratégias, levantar problemas e implantar soluções, coordenar o processo operacional da rede e motivar os participantes (BALESTRIN; VERSCHOOORE, 2008). A cooperação em aglomerado de turismo rural traz consigo a percepção da necessidade de se estruturar o empresariado e estimular a criação de associações setoriais representativas, facilitando a interação do mesmo com o governo e fornecedores (SEBEN; SILVA, 2002).

Balestrin e Verschoore (2008) salientam que a gestão das redes de cooperação deve se sustentar nos instrumentos: (a) contratuais, (b) estratégicos, (c) de tomada de decisão e (d) de integração. Os instrumentos contratuais referem-se aos contratos constitucionais, regulamentos internos e código de ética que especificam as responsabilidades, direitos e deveres de cada ator envolvido. Os instrumentos estratégicos relacionam-se às ferramentas de planejamento estratégico, planos de ação e implementação de estratégias participativas entre os atores. Os instrumentos de tomada de decisão preconizam a participação coletiva e envolvimento dos atores, podendo ocorrer através de um conselho de administração, reunião entre os associados e estabelecimento da diretoria da rede. Por fim, os instrumentos de integração caracterizam-se pelo desenvolvimento da integração dos atores com seu entorno.

A rede de cooperação em turismo (englobando o turismo rural) é uma alternativa para se fomentar o desenvolvimento da atividade turística em uma localidade, fundamentada em um processo democrático, ético e participativo (DONAIRE; SILVA; GASPAR, 2009, SILVA; RAVAROTTO, 2007). Portanto, a rede de cooperação em aglomerados de turismo rural deve priorizar a sua gestão sendo que os seus instrumentos auxiliam no seu gerenciamento.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Dentro da metodologia empregada para confecção do presente trabalho, em primeiro lugar, cabe ressaltar que a temática sobre redes de cooperação e aglomerados de turismo rural ainda se encontra pouco explorada pela literatura nacional. Considera-se para o desenvolvimento da pesquisa a necessidade de leituras de autores já consagrados no meio acadêmico, assim como produções acadêmico-científicas e documentais, visando à obtenção do referencial teórico pretendido. A análise sobre os períodos iniciais do Circuito Italiano de Turismo Rural estruturou-se nos dados secundários. Já as informações sobre o período mais recentes do Circuito puderam ser coletadas prioritariamente através de entrevistas semiestruturadas com os atores sociais, complementadas por fontes secundárias.

Para cada etapa da pesquisa é necessário estabelecer o procedimento adequado conforme o objetivo proposto no trabalho. Após definir o local de pesquisa (Circuito Italiano de Turismo Rural, município de Colombo-PR), delineou-se como opção apropriada ao estudo, a pesquisa exploratório-descritiva (de corte transversal, com perspectiva longitudinal), contemplando o estudo de caso como método de procedimento. As pesquisas bibliográfica, documental e de campo complementam a metodologia aplicada.

A pesquisa de natureza qualitativa torna-se mais adequada ao presente trabalho, pois além de favorecer a aproximação do investigador ao objeto pesquisado, também “garante a riqueza de dados, permite ver um fenômeno na sua totalidade, bem como facilita a exploração de contradições e paradoxos” (VIEIRA, 2004, p.15). Complementar a isso, estabeleceu-se a pesquisa de caráter exploratório-descritivo. A pesquisa exploratória é geralmente uma das primeiras etapas para concepção da pesquisa e visa a desenvolver conceitos e ideias, proporcionando uma visão mais geral de um fato (DENCKER, 1998). Para Richardson (1999, p.71), a pesquisa descritiva tem como objetivo “descobrir as características de um fenômeno como tal”. Além disso, permite verificar a relação entre variáveis.

Por contemplar a abordagem de toda unidade, englobando seu desenvolvimento, o estudo de caso foi o método mais adequado para se atingir os objetivos da pesquisa. Segundo Yin (2001, *apud* DUARTE M., 2005, p.216), define-se o estudo de caso como “uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. Ainda na concepção de Yin (2005, p.26), destaca-se que a aplicação do estudo de caso como método de procedimento deve-se ao fato deste permitir “uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real”.

É salutar mencionar que ao se utilizar o estudo de caso privilegiar-se-á “o conhecimento em profundidade” (DENCKER, 2001, p.127), não permitindo generalizações de resultados a outras regiões (YIN, 2005). Nesse sentido, destaca-se como nível de análise

da pesquisa o aglomerado (Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR), e unidade de análise os atores sociais inseridos no Circuito.

O estudo compreende três tipos distintos de técnicas de coleta de dados: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas semiestruturadas. As duas primeiras referem-se à coleta de dados secundários, estando, a última, atrelada à coleta de dados primários. As etapas iniciais do trabalho, mais especificamente relacionadas à coleta de dados secundários, contemplaram as pesquisas bibliográfica e documental. Assevera-se que por meio da coleta de dados bibliográficos e documentais há uma fundamentação do tema proposto e direcionamento de um consistente referencial teórico, evitando resultados inconsistentes e contraditórios (DENCKER, 1998a).

As principais fontes de informações bibliográficas aplicadas no presente trabalho foram livros, artigos científicos, periódicos, teses e dissertações atinentes ao tema proposto na pesquisa (DENCKER, 1998b; STUMPF, 2005). Dessa forma, salienta-se que as informações históricas do município de Colombo, aliadas aos dados sobre a formação do Circuito Italiano de Turismo Rural, foram coletados utilizando-se a pesquisa bibliográfica. Consideram-se como principais fontes documentais: relatórios de pesquisa, inventários, informativos e manuais sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural e seus integrantes, bem como informações obtidas junto a COMEC (Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba), EMATER (Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural), IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social), SEBRAE-PR (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, e diretamente nos empreendimentos selecionados. A pesquisa documental promoveu a aproximação dos pesquisadores com as informações relativas à estrutura, atores sociais do turismo, coordenação e organização do Circuito Italiano de Turismo Rural.

Portanto, posterior às pesquisas bibliográfica e documental, destaca-se a segunda fase do estudo, caracterizada pela coleta dos dados primários por meio de entrevista semiestruturada com 10 atores sociais do turismo inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural. A pesquisa de campo foi recomendável ao estudo, pois promoveu uma análise mais segura do tema, aprofundando a temática organização e coordenação da rede de cooperação no aglomerado de turismo rural. De acordo com os dados fornecidos pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo-PR (período do presente estudo), o Circuito Italiano de Turismo Rural conta, atualmente, com 52 participantes. Sob esta ótica, a amostra foi por adesão, ou seja, após contato com os entrevistados, participaram do estudo aqueles com disponibilidade para o desenvolvimento da pesquisa (GODOI; MATTOS, 2006).

A aplicação de entrevistas semiestruturadas para coletar os dados primários é indicada ao trabalho com diferentes grupos de pessoas (TRIVINÓS, 1987), ou seja, por “constituírem uma fonte essencial de evidências nos estudos de caso” (YIN, 2005, p.118). As entrevistas semi-estruturadas foram utilizadas no presente estudo por terem sido realizadas em grupos distintos que compõem os atores do Circuito Italiano: empreendedores que pertencem ao Circuito, organizações de apoio e os representantes do governo. Estas foram realizadas em novembro de 2008.

A primeira etapa da análise de dados englobou a interpretação das informações coletadas a partir da pesquisa bibliográfica e documental, as quais auxiliaram na composição do processo de entrevistas semiestruturadas. Esta etapa caracterizou-se pela análise documental, caracterizada por englobar “uma série de operações que visam estudar e analisar um ou vários documentos” (RICHARDSON, 1999, p.230). Em seguida, na segunda etapa, realizou-se a análise de conteúdo dos dados coletados nas dez entrevistas semiestruturadas.

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1. O Circuito Italiano de Turismo Rural

O município de Colombo, aproximadamente a 19 quilômetros do centro da capital paranaense, insere-se na Região Metropolitana de Curitiba (RMC), considerada a região economicamente mais dinâmica do Paraná. Possui uma área territorial de 197,805km² e sua população é de aproximadamente 240.000 habitantes (IPARDES, 2009). Segundo Camargo (2007), Colombo é considerada atualmente uma das maiores e mais significativas colônias de italianos do Paraná. O turismo rural surgiu em Colombo como uma oportunidade de aproveitamento dos recursos e potencialidades disponíveis no local. Originalmente, a proposta do turismo rural ao município foi resultado das políticas de preservação ambiental e cultural da região, aliadas à visão de desenvolvimento da área rural, proporcionando renda e emprego aos proprietários rurais (CASSOU, 2002; CAMARGO, 2007).

No âmbito do projeto do Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba, lançou-se, em 1999, o Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo. Este é considerado iniciativa pioneira de implantação de um roteiro turístico na RMC destinado ao público em geral (CAMARGO, 2007; CANDIOTTO, 2007; CASSOU, 2002).

Katzinsky (2004) procura demonstrar que o Circuito Italiano de Turismo Rural retrata a realidade da cultura local do município de Colombo através de atividades econômicas com fins turísticos. Assim sendo, o Circuito Italiano de Turismo Rural é “um roteiro de caráter institucional, com pontos turísticos distribuídos em um itinerário, cujo percurso é de escolha do usuário, pois se constitui em um roteiro do tipo faça você mesmo” (NITSCHKE, 2000 *apud* CANDIOTTO, 2007, p.246).

Amparando-se nas informações apresentadas pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008) e por Camargo (2007), constata-se que o desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural está diretamente relacionado à integração existente entre os atrativos turísticos, empreendimentos (turísticos e de lazer) e as organizações de apoio, inseridos no mesmo.

O presente estudo buscou analisar um aglomerado de turismo rural, e o Circuito Italiano de Turismo Rural apresentou os requisitos para este propósito. Esta afirmação justifica-se pela constatação de que o Circuito Italiano de Turismo Rural é um agrupamento de atrativos e empreendimentos turísticos, geograficamente concentrados, que se interrelacionam e vinculam-se com o setor público e organizações de apoio, objetivando a ação cooperada (PORTER, 1999). É salutar mencionar que a presença de uma associação entre os empreendedores locais aliada ao apoio do setor público privilegia a visão do Circuito Italiano de Turismo Rural como um aglomerado de turismo rural.

Tendo sido feitas as considerações iniciais sobre o município de Colombo e sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural, assevera-se a importância de se compreender a organização e coordenação do roteiro. A cooperação entre os atores inseridos em um aglomerado depende da coordenação e organização do mesmo, de forma a garantir e propiciar ações conjuntas entre os agentes (HASTENREITER FILHO, 2004).

4.2. A Organização e a Coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural

Nesta etapa do artigo serão apresentados os dados sobre a organização e coordenação da rede de cooperação entre os atores sociais do turismo do Circuito Italiano de Turismo Rural. Para se promover o entendimento sobre a gestão da rede de cooperação neste aglomerado, é válido traçar, primeiramente, os apontamentos a respeito das principais ações cooperadas presentes no circuito, levantadas a partir das determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (adaptado à região pesquisada) e de acordo com a análise das entrevistas realizadas com os atores sociais do turismo.

No que tange às ações cooperadas no Circuito Italiano de Turismo Rural, consideradas mais significativas quando elencadas pela totalidade dos atores sociais entrevistados, destacam-se: (a) Cooperação entre os Atores Sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural - Colombo-PR: Existência de projetos cooperados para treinamento da mão-de-obra e melhoria da infraestrutura; (b) Estratégia e Estrutura dos Setores Econômicos Atuais e Potenciais: Realização de caravanas técnicas e valorização da conectividade entre os atores sociais do turismo; (c) Condições de Fatores de Produção: Cooperação para preservação ambiental e melhoria do produto turístico, incluindo atenção à melhoria das condições de vida da população, (d) Condições de Demanda nos Mercados: Cooperação para introdução de inovações e melhoria da qualidade do turismo; (e) Indústrias Correlatas e de Apoio: Parcerias entre os atores sociais do turismo, agências de turismo receptivo e SESC Turismo Social; (f) Entidades Representativas: Atuação da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural; (g) Governo: Apoio do governo local visando promover reuniões constantes entre os atores sociais do turismo.

É importante ressaltar que o Modelo dos Aglomerados de Porter (1999), a partir das determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, permitiu verificar a dinâmica do Circuito Italiano de Turismo Rural, favorecendo o levantamento das ações cooperadas entre os atores sociais do turismo mais significativas. Por isso, para se atingir o melhor desempenho das ações cooperadas em um aglomerado, deve-se enfatizar a coordenação e a organização da rede de cooperação entre os atores sociais, aproximando-se assim ao enfoque de Porter (1999) sobre cooperação e aglomerados ao contexto de Balestrin e Verschoore (2008) a respeito da gestão de redes de cooperação.

Nessa perspectiva, a organização e coordenação do aglomerado privilegiam à estruturação dos esforços dos participantes, desencadeando ações que favoreçam a conectividade entre os agentes e os objetivos comuns. Em outras palavras, beneficia-se o diálogo entre os atores sociais, possibilitando a ação conjunta entre os mesmos (SLEDGE, 2005).

Com base nas características da organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural, deve-se salientar que estas sofreram alterações desde a criação do roteiro até o seu contexto atual, devido à necessidade de se alinhar ao crescimento e consequente estruturação do circuito. As primeiras informações sobre a organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural revelam que após a inauguração do roteiro, em fevereiro de 1999, constituiu-se o Conselho Municipal de Turismo em abril de 1999. Além de auxiliar na organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural, o Conselho Municipal de Turismo colaborou para a constituição de uma gestão descentralizada e compartilhada do roteiro (CANDIOTTO, 2007).

Conforme relatos dos atores sociais entrevistados, o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) é paritário, ou seja, idêntico número de representantes do poder público e da iniciativa privada/sociedade civil. Nesta perspectiva, o COMTUR é formado por oito conselheiros do poder público e oito da iniciativa privada/sociedade civil. O Conselho está vinculado a Prefeitura Municipal de Colombo, através da Secretaria Municipal de Turismo, assessorando o município na formulação, promoção e execução da Política Municipal de Turismo. A administração é exercida através de um presidente, um vice-presidente, um

primeiro secretário e um segundo secretário, todos membros do Conselho e eleitos pelos demais representantes.

Os atores sociais entrevistados salientaram que a Prefeitura e o Conselho Municipal de Turismo foram importantes na regulação e organização do Circuito Italiano de Turismo Rural no seu início, promovendo o diálogo e o entendimento entre os atores sociais. Vale ressaltar que a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo foi criada em 2005.

A atual estrutura de organização, coordenação e tomada de decisões do Circuito Italiano de Turismo está respaldada no trabalho sinérgico desenvolvido entre a Secretaria Municipal de Turismo, o Conselho Municipal de Turismo e a Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural. Através da análise da gestão da rede de cooperação do Circuito Italiano de Turismo Rural, de acordo com Balestrin e Verschoore (2008), nota-se que as atribuições relacionadas à gestão das atividades cooperadas no Circuito Italiano de Turismo Rural ficam a cargo do trabalho integrado realizado por uma central de organização representada pela Secretaria Municipal de Turismo, o Conselho Municipal de Turismo e a Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural.

A criação da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, a partir da iniciativa dos empreendedores do circuito, ocorreu no ano de 2006. A importância da Associação é reconhecida, pois através do espaço disponibilizado possibilita que os empreendedores locais associados recebam orientações, apresentem ideias e discutam soluções em prol do desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural. As idéias debatidas entre os empreendedores associados são posteriormente apresentadas à Secretaria Municipal de Turismo e ao COMTUR, visando atingir os objetivos comuns em prol do desenvolvimento do município.

No caso mais específico da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural, ressalta-se que além de organização de apoio, age na organização e coordenação das atividades do roteiro. Para Hastenreiter Filho (2004) as organizações de apoio têm papel relevante na coordenação e organização das atividades de um aglomerado. A existência de entidades representativas e a ênfase do apoio governamental a favor da cooperação em aglomerados também são defendidas por Porter (1999), conforme modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional.

Dentre os dez atores sociais entrevistados, seis salientaram de forma satisfatória a atual organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural. Quatro atores sociais acreditam que a gestão do circuito é positiva, porém sugeriram ampliação da organização e coordenação da rede de cooperação, pois muitos dos projetos que objetivam o melhor desempenho do Circuito Italiano de Turismo Rural dependem do orçamento disponibilizado pelo poder público.

Outro aspecto a ser mencionado refere-se aos instrumentos que sustentam a gestão da rede de cooperação (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008). Quanto aos instrumentos contratuais observados no Circuito Italiano de Turismo Rural, destaca-se que o Conselho Municipal de Turismo foi responsável, em 2000, pela elaboração das normas e procedimentos para entrada de novos participantes no circuito e pela aprovação do código de ética dos empreendedores do roteiro.

Para Balestro (2004, p.59), “normas e parâmetro éticos precisam ser partilhados entre os atores” de um aglomerado. Neste sentido, identificou-se o uso de instrumentos contratuais (regulamento interno e código de ética) na gestão da rede de cooperação no Circuito Italiano de Turismo Rural. Todavia, três atores sociais entrevistados mencionaram a necessidade de reestruturação dos regulamentos conforme a presente realidade do Circuito

Italiano de Turismo Rural, instituindo claramente as normas gerais e atuais de conduta dos atores sociais do turismo atuantes no Circuito Italiano de Turismo Rural.

Em relação aos instrumentos estratégicos, de tomada de decisão e de integração, verificou-se a existência de práticas para se definir a orientação estratégica da rede e o estímulo da participação coletiva, cujas ações mais significativas e estabelecidas através de um planejamento participativo são: promoção conjunta do turismo no município, apreciação dos pedidos de entrada de novos participantes no Circuito Italiano de Turismo Rural, fiscalização e acompanhamento técnico nos empreendimentos, incentivo aos treinamentos da mão-de-obra local e inovações, realização de reuniões e eventos para a apresentação de propostas de melhorias na prestação de serviços turísticos locais, orientações quanto à preservação ambiental, promoção de encontros e solicitação de sugestões aos atores sociais do turismo visando a melhoria contínua do roteiro.

Sob essa ótica, nota-se que o trabalho sinérgico entre a Secretaria Municipal de Turismo, Conselho Municipal de Turismo e Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural favorece a rede de cooperação existente no local, pois os mesmos incentivam e coordenam as práticas coletivas. Vale ressaltar que as ações cooperadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural, levantadas através das determinantes do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), aproximam-se das práticas incentivadas pelos gestores do circuito através dos instrumentos que sustentam a gestão da rede de cooperação.

O fato dos empreendedores estabelecerem vínculo com os demais atores sociais do Circuito, como outros empreendedores, entidades de apoio e poder público, favorece a estruturação, coordenação, organização do Circuito Italiano de Turismo Rural e a forma de interação entre os mesmos (TALAMO, 2008).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre a rede de cooperação entre os atores sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural, sob a ótica do Modelo dos Aglomerados de Michael Porter (1999) aliada ao contexto da gestão (organização e coordenação) da rede de cooperação, contribui diretamente na compreensão sobre a dinâmica da cooperação entre os atores sociais do turismo inseridos no aglomerado de turismo rural. Vale ressaltar que o objetivo do presente estudo consistiu em descrever a forma de organização e coordenação da rede de cooperação entre os atores sociais do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural.

É possível perceber que a existência do Circuito Italiano de Turismo Rural representa um passo importante no que se refere à organização da atividade turística no município de Colombo. Revela-se também que quando os atores sociais do turismo estreitam os seus vínculos, seja em relação ao intercâmbio de informações, aprendizagem, inovações, análise conjunta dos problemas e soluções em comum, ocorre praticamente o rompimento da visão de desinteresse pela perspectiva de ação coletiva (BALESTRO, 2004; DONAIRE; SILVA; GASPARI, 2009). Neste sentido, o Circuito Italiano de Turismo Rural colaborou para que os atores sociais iniciassem a sua participação e colaboração diretamente na estruturação e desenvolvimento do turismo no município.

Salienta-se que a organização, coordenação e tomada de decisões no Circuito Italiano de Turismo Rural ocorrem a partir do trabalho sinérgico desenvolvido pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural e pelo Conselho Municipal do Turismo. Observa-se que a presença de uma

associação entre os empreendedores locais, aliada ao apoio do setor público, privilegia a visão do Circuito Italiano de Turismo Rural como um aglomerado de turismo rural.

A partir dos resultados do presente estudo ressalta-se que as redes de cooperação, quando contextualizadas no turismo rural, podem ser vislumbradas como resultado do relacionamento cooperado entre os atores sociais de um aglomerado de turismo rural, privilegiando o enfoque coletivo, os objetivos comuns e a troca de informações. Entretanto deve-se privilegiar a coordenação e organização da rede de cooperação, incluindo os instrumentos de apoio nesta gestão, para que o planejamento das ações cooperadas, a troca de informações técnicas e de mercado, campanhas conjuntas para divulgação do roteiro e organização do processo produtivo sejam benéficas a todos os atores inseridos no aglomerado. Em outras palavras, a rede de cooperação no turismo oferece apoio à articulação de ações e projetos conjuntos entre os atores sociais em prol do desenvolvimento do turismo local.

O objetivo do Circuito Italiano de Turismo Rural, ressaltado por todos os atores sociais entrevistados, é fazer com que o visitante e o turista percebam que o roteiro é único e não um conjunto de atrativos e empreendimentos turísticos que agem de forma isolada. Essa noção de organização como um todo é relevante, fazendo com que os visitantes e turistas referenciem a marca Circuito Italiano de Turismo Rural e percebam que todos atuam e privilegiam a cooperação (CAI, 2002).

Por se tratar de um estudo de caso, o presente trabalho apresenta limitações e descreve a visão da organização e coordenação da rede de cooperação apenas no Circuito Italiano de Turismo Rural. Sob esta ótica, sugere-se uma ampliação deste estudo, sendo interessante aprofundar a investigação sobre os elementos que facilitam ou impedem a cooperação nas determinantes do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva de Porter adaptado aos aglomerados de turismo rural. Finalizando, torna-se relevante também verificar a organização e coordenação da rede de cooperação em outros aglomerados do turismo no intuito de ampliar a compreensão sobre a Modelo dos Aglomerados de Porter (1999) e o contexto sobre gestão de redes de cooperação de Balestrin e Verschoore (2008) no contexto do turismo.

REFERÊNCIAS

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

BALESTRO, M. V. Características estruturais e mecanismos de governança em redes de cooperação: apontamentos conceituais. In: VERSCHOORE, J. R. S. (Org.). **Redes de cooperação: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: FEE, 2004. p.49-67.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003. (Série Turismo).

_____. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

BLUNDEL, R.; THATCHER, M. Contrasting local responses to globalization: the case of volume yacht manufacturing in Europe. **Entrepreneurship & Regional Development**. v. 17, ed. 6, p.405-429, nov. 2005.

BJÖRK, P.; VIRTANEN, H. What tourism project managers need to know about co-operation facilitators. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**. v. 5, n. 3, 2005, p. 212-213.

BRITTO, J. Cooperação e aprendizado em arranjos produtivos locais: em busca de um referencial analítico. In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. (Orgs.). **Arranjos produtivos locais: uma nova estratégia de ação para o Sebrae: relatório de atividades do referencial conceitual, metodológico, analítico e propositivo**. Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais. [S.l.: s.n.], 23 p., ago.2004. Disponível em: <http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt_count.php?projeto=nt43&cod=1>. Acesso em: 19 jun. 2008.

BUTLER, R.; HALL, C. M.; JENKINS, J. M. Introduction. In: BUTLER, R.; HALL, C. M.; JENKINS, J. M. (Eds.). **Tourism and recreation in rural areas**. Chichester – England: J. Wiley & Sons, 1999. p.3-16.

CAI, L. A. Cooperative branding for rural destinations. **Annals of Tourism Research**. v. 29, n. 3, p. 720-742, jul. 2002.

CAMARGO, L. A. R. **Circuito Italiano de Turismo Rural: o turismo, o cotidiano e o patrimônio cultural da região de Colombo-PR**. 2007. 119f. Dissertação (Mestrado em Cultura & Turismo) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Santa Cruz / Universidade Federal da Bahia, Ilhéus, 2007.

CAMARGO, L. O. de L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. (Orgs.) **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, p.7-28.

CANDIOTTO, L. Z. P. **Turismo rural na agricultura familiar: uma abordagem geográfica do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR), município de Colombo-PR**. 2007. 397f. Tese (Doutorado em Geografia) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CASSOU, S. R. **Turismo e lazer na região metropolitana de Curitiba-PR: estudo sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo**. 2002. 120f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2002.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 9. ed., v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

COLOMBO, SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO. **Circuito Italiano de Turismo Rural**. 2008. 2p.

CUNHA, S. K. da; CUNHA, J. C. da. Clusters de turismo: abordagem teórica e avaliação. **Revista de Desenvolvimento Econômico**. v. 8, n. 13, p.60-67, jan. 2006.

CURTIS, L. F. de. **Relacionamentos interorganizacionais, em contexto de aglomeração territorial: um estudo no setor hoteleiro das destinações turísticas de Gramado e Canela (RS)**. 2008. 140f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2008.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Editora Futura, 1998.

DONAIRE, D.; SILVA, M. P. da.; GASPAR, M. A. A rede de negócios do turismo: um estudo sobre as suas características e implicações estratégicas. **Turismo Visão e Ação**. v. 11, n.1, p.112-134, jan/abr. 2009.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005. p.215-235.

FLORES, M. K.; SEGATTO-MENDES, A. P. Contribuições da cooperação universidade-empresa para a capacitação tecnológica de PMES moveleiras. In: STAINSACK, C. *et al.* (Coord.). **Arranjos produtivos locais no Paraná**: Concurso IEL – Paraná monografias sobre a relação universidade/empresa. Curitiba: IEL, 2006. p.83-115.

FROTA, I. L. N. Análise dos determinantes da vantagem competitiva da carnicultura nordestina. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29, 2005, Brasília. **Anais eletrônicos...** Distrito Federal: [s.n.], 2005. p.1-16. CD-ROM.

GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. de. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. da. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006. p.301-323.

HASTENREITER FILHO, H. N. As organizações de suporte e as redes interorganizacionais no Brasil – diagnóstico e propostas para os programas brasileiros de cooperação entre empresas. In: VERSCHOORE, J. R. S. (Org.). **Redes de cooperação**: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: FEE, 2004. p.110-128.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno estatístico**: município de Colombo. [S.l.: s.n.], 2009. p.1-29. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=83400&btOk=ok>>. Acesso em: 05 fev. 2009.

JENKINS, J. M.; HALL, C. M.; TROUGHTON, M. The restructuring of rural economies: rural tourism and recreation as a government response. In: BUTLER, R.; HALL, C. M.; JENKINS, J. M. (Eds.). **Tourism and recreation in rural areas**. Chichester – England. J. Wiley & Sons, 1999. p.43-67.

KATZINSKY, L. **A análise da relação Colombo e Curitiba à luz da teoria dos dois circuitos da economia urbana**. 2004. 109f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: quinta revisão**. Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais. [S.l.: s.n.], p.1-30. jun.2005. Disponível em: <<http://www.redesist.ie.ufrj.br/>> Acesso em 13 jan.2009.

LINS, H. N. Florianópolis: cluster turístico? **Turismo em Análise**. v. 11, n. 2, p.55-70, nov. 2000.

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

PORTER, M. E. Aglomerados e competição: novas agendas para empresas, governos e instituições. In: PORTER, M. E. (Org.). **Competição = on competition**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.209-303.

REBOLLEDO, J. L. S.; ARJONA, P. S. O.; IBARRA, R. C. Sistema mexicano de inovación y competitividad em la rama de recubrimientos cerâmicos. In: SEMINÁRIO LATINO IBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA ALTEC, 10, 2003, Cidade do México. **Anais Eletrônicos...** México: [s.n.], 2003. p.1-16. CD-ROM.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES JUNIOR, G. **Fatores condicionantes na formação de aglomerados no turismo:** um estudo na perspectiva dos empresários em região do litoral do nordeste do Brasil. 2004. 150f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Setor de Ciências Exatas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2004.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. **Turismo:** uma visão empresarial. Barueri: Manole, 2003.

SCHNEIDER, S; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural:** ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUCS, 2000. (Coleção Turis). p.15-50.

SEBEN, R.; SILVA, T. F. da. **Rede de cooperação entre pequenas empresas do setor turístico.** Campo Grande, 2002. Disponível em <http://www.ba.agenciasebrae.com.br/download_anexo.kmf?cod=w8qgodnw47>. Acesso em 20 jan.2009. p.1-21.

SETU. Secretaria de Estado do Turismo do Paraná. **Rotas e roteiros turísticos.** (2007). Disponível em: <<http://www.pr.gov.br/turismo/rotas.shtml?turistas>>. Acesso em 16 set. 2007.

SILVA, A. J. da.; RAVAROTO, N. M. Turismo rural: geração de trabalho e renda economicamente sustentável e viável. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 20, 2007, Ponta Grossa. **Anais Eletrônicos...** Paraná: [s.n.], 2007. p.1-8. CD-ROM.

SILVA, J. A. S. Cluster: competitividade territorial e o desenvolvimento turístico. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 8, 2006, Curitiba. **Anais Eletrônicos...** Centro Universitário Positivo: [s.n.], 2006. CD-ROM. Paginação Irregular.

_____. **Turismo, crescimento e desenvolvimento:** uma análise urbano regional baseada em *cluster*. 2004. 480f. v.1. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SILVA, T. F. da. Rede de cooperação entre pequenas empresas do setor turístico. **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.** v.2, n.2, p.267-279, 2004. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org>>. Acesso em: 23 mai. 2008.

SLEDGE, S. Does Porter's diamond hold in the global automotive industry? **Advances in Competitiveness Research.** v. 13, ed. 1, p. 22-32, 2005.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Editora Atlas, 2005. p.51-61.

TÁLAMO, J. R. **Formação e gestão de redes de cooperação empresarial.** 2008. 233f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Setor de Ciências Exatas, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

THOMAZI, S. M. **Cluster de turismo:** introdução ao estudo de arranjo produtivo. São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração.** Rio de Janeiro: editora FGV, 2004. p.13-28.

YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.