

## CLUSTERIZAÇÃO TURÍSTICA: ESTRATÉGIA PARA A CONSTRUÇÃO DE REDES COOPERATIVAS

Leda dos Santos Carreiro<sup>1</sup>

### Resumo

O texto apresenta um panorama sobre o turismo contemporâneo, abordando suas transformações diante das dinâmicas sociais, econômicas e culturais. A autora destaca como o turismo, longe de ser uma atividade neutra, reflete e reproduz desigualdades, sendo influenciado por questões de classe, gênero e etnia. A análise parte de uma perspectiva crítica, enfatizando a importância de compreender o turismo como um fenômeno social e político, que vai além do lazer e do entretenimento. Ao considerar o papel do Estado, do mercado e da sociedade civil na configuração das práticas turísticas, o texto discute as contradições entre o discurso do turismo como vetor de desenvolvimento e as realidades locais, muitas vezes marcadas por exclusão e apropriação indevida dos territórios. A autora também ressalta a centralidade do território no turismo, compreendendo-o como espaço de disputa simbólica e material. Outro ponto abordado é o tensionamento entre globalização e territorialidade, refletido nas formas como o turismo reorganiza os espaços e impacta os modos de vida. Nesse sentido, o texto propõe a valorização das práticas locais e das resistências culturais como forma de enfrentamento à homogeneização e mercantilização dos destinos. Por fim, o texto defende uma abordagem crítica e comprometida com a justiça social no campo do turismo, incentivando a construção de alternativas baseadas na participação social, na valorização da diversidade e na gestão democrática dos territórios turísticos.

### Palavras-chave

Clusters; Turismo; Redes de Cooperação.

### Introdução

O turismo é uma ação social de caráter cultural com diversas conceituações, como uma atividade econômica, experiência que causa o enraizamento e desenraizamento (Binfaré, 2018), ou ainda um fenômeno social humano que apresenta a ações ancestrais de distintas culturas. No entanto para uma performance funcional o turismo necessita uma series de condições para isso, uma com muita importância é harmonia entre local e atores, no entanto nesse estudo o objeto são aqueles que movimentam o turismo e como elaboram a comunicação e cooperação assertiva entre as partes, para assim oferecem seus produtos e/ou serviços para o turista.

A clusterização turística emerge com a junção dos atores no setor, promovendo articulações capazes de criar e fortalecer redes de colaboração, por conseguinte gera um ambiente competitivo por meio da eficiência coletiva (Sohn; Beni, 2023). De acordo com Porter (1998), para a formação de um cluster é preciso a governança coletiva de empresas diretamente e indiretamente envolvidas, assim diferencia-se de uma cadeia produtiva, já que a cooperação pode gerar lucro coletivo e ainda estimula a competitividade que garante a oferta de produtos e serviços inovadores e de qualidade.

Nesse íterim os objetivos desse estudo é obtenção mais acentuada do conceito de cluster e como sua aplicação funciona para um turismo mais cooperativo, além de compreender seu ciclo de vida e a formação e consolidação de redes colaborativas. Dessa forma realizando um estudo de caso sobre clusters brasileiros, para o melhor entendimento dessas relações e como elas podem impactar na regionalização e políticas públicas de um território.

Nesse contexto para promover uma colaboração no turismo é necessário estratégias que promova a integração entre os diversos atores públicos, privados e a comunidade, assim surge

---

<sup>1</sup>Graduanda de Tecnologia em Gestão de Turismo na Universidade Federal do Paraná.  
ledacarreiro@ufpr.br

os clusters turísticos como uma ferramenta essencial para fomentar o desenvolvimento regional e estimular a cooperação. De acordo com Santos (2008) e Ashton (2017) a valorização das identidades locais e fortalecimento das redes de cooperação são centrais para o sucesso de um cluster, além da competitividade e a sustentabilidade.

Essa colaboração além de gerar ganhos monetários pode ocasionar em impactos positivos como o desenvolvimento local, regionalização, preservação e valorização cultural, não obstante essa forma de estratégia deve ser estudada, pois são complexas que implicam na dinamização econômica (Cunha; Cunha, 2013).

Para Sohn e Beni (2023) o conceito de cluster turístico é aglomeração ou concentração geográfica de empresas públicas ou privadas do turismo que interagem e compartilham informações entre si que por conseguinte gera melhorias no mercado competitivo e no desenvolvimento local. Quando um cluster é funcional a regionalização é o próximo passo, na qual as políticas públicas ajudam no crescimento econômico territorial do turismo.

A formação de um cluster é analisado para compreender seu ciclo de vida e surgimento de suas relações, para isso estuda-se estágios de seu desenvolvimento é importante saber identificar um cluster durante seu processo para algo mais consolidado. A tabela a seguir demonstra a evolução de clusters brasileiros em seus respectivos estágios.

Tabela 01: Fases de Desenvolvimento do Cluster

Fase do Cluster	Exemplo brasileiro	Características
<b>Pré- cluster</b>	Rota Afro (SP)	Baixa articulação entre os atores Pouca infraestrutura Presença inicial de empreendedores Potencial turístico
<b>Nascimento</b>	Rota da Liberdade (MG)	Pequena organização dos atores locais Autoconhecimento de ser um cluster Políticas públicas específicas para o turismo
<b>Desenvolvimento</b>	Bonito (MS)	Aumento da governança cooperativa Expansão da infraestrutura Fortalecimento da identidade turística
<b>Estruturação</b>	Vale dos Vinhedos (RS)	Atração de investimento Governança consolidada Diversificação da oferta turística Políticas públicas estruturadas

Fonte: Elaboração do autor baseado em Sohn e Beni (2023)

Analisando a tabela com enfoque na construção das relações entre os atores na fase pré-cluster apresenta uma estrutura inicial rudimentar na rede colaborativa este momento é decisivo para definir se o cluster impulsiona e passa para um novo estágio. Já na fase de nascimento é muito importante estabelecer o papel dos atores nessa conexão, ou seja, a relação entre as empresas privadas, públicas e a comunidade para o surgimento de uma identidade do cluster. Na fase do desenvolvimento a governança compartilhada surge como um ponto principal para fortalecer as redes de cooperação que promove inovação e competitividade entre os atores. Por fim, a última fase a de estruturação, consiste em redes bem estabelecidos e consolidados que garante a sustentabilidade do cluster e permite sua adaptação a novos desafios.

Segundo Perkins *et al* (2022), a colaboração dos atores dentro de um cluster turístico, não é homogênea, pois cada um desempenha papel diferente nessa colaboração isso acontece, porque cada ator possui suas próprias características e é influenciado por suas tipologias. Dentro dessa tipologia existem 4 classificações, primários são os decisórios e diretos que estão a frente

e tem ação direta na oferta turística, os secundários que são os influenciadores e apoiadores que dão um importante suporte no cluster, os regulatórios são os normatizadores e financiadores que criam o ambiente legal e oferecem recursos e os últimos facilitadores que promovem conexões e inovações.

Compreender as tipologias de atores dentro de um cluster turístico é essencial para fortalecer a colaboração entre os atores envolvidos. Segundo Perkins *et al*, (2022), a forma como eles se posicionam na rede influencia diretamente a eficácia da cooperação e o desenvolvimento sustentável do destino. Ao reconhecer e classificar corretamente os atores – sejam eles primários, secundários, regulatórios ou facilitadores – os próprios atores do cluster podem identificar quem realmente contribui para a consolidação da rede colaborativa e quem pode estar dificultando o processo.

Além disso, a existência de tipologias diversificadas dentro do cluster é fundamental para garantir uma maior troca de conhecimentos, experiências e recursos. A presença de diferentes tipos de atores possibilita a introdução de novas ideias, tecnologias e estratégias de gestão, ampliando a capacidade de inovação e resiliência do cluster. Dessa forma, a conscientização sobre a tipologia e a diversidade dos atores não apenas aprimora a governança do turismo, mas também potencializa o impacto positivo das redes de colaboração, garantindo um ambiente dinâmico e sustentável para o desenvolvimento do setor.

A regionalização tem seu papel importante na formação de redes colaborativas e na gestão descentralizada do poder, pois quando um cluster atinge essa classificação possibilita a participação nas políticas públicas específicas para o turismo (Ministério Do Turismo; 2019). O Plano de Regionalização do Turismo (PRT) e o Mapa do Turismo Brasileiro são exemplos de políticas públicas que estimulam a consolidação desses territórios como destinos organizados, sustentáveis e cooperativos. Para um município se encaixar nessas políticas eles precisam cumprir com as exigências, assim impactando positivamente o local e sua relação entre atores (Perkin *et al*, 2023).

A integração dessas políticas públicas com a formação de redes colaborativas permite um planejamento mais eficaz dos destinos, garantindo que os investimentos cheguem e sejam direcionados de forma inteligente e sustentável (Beni; 2003). Além disso, as políticas incentivam a participação dos atores na governança dos clusters e têm se mostrado essenciais para garantir a perenidade dessas redes, promovendo um turismo mais inclusivo e inovador (Hall; 2008).

Por isso usar os clusters como uma estratégia na formação de rede de comunicação cooperativa é eficaz, já que, na sua essência ele é constituído por relações consolidadas entre seus atores, o que diferencia de outras formas de organização dentro do turismo, a colaboração é seu ponto chave como destacam Spencer, Novelli e Schmitz (2006). Isto não quer dizer que todos os municípios ou destinos turísticos devam se tornar um cluster, mas sim que seus envolvidos possam entender e desenvolver dinâmicas e estratégias colaborativas nesse sentido (Beni, 2007).

## Metodologia

O presente estudo utiliza uma abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise documental. Para a construção deste resumo foram consultados artigos científicos, livros e políticas públicas relacionadas ao turismo no Brasil. A pesquisa foi elaborada e estruturada em três etapas principais: levantamento teórico sobre clusters turísticos suas relações e aplicações no contexto brasileiro, análise do Plano de Regionalização do Turismo (PRT) e ao Mapa do Turismo Brasileiro, como a interpretação e elaboração do uso dos dados coletados referente as seguintes temáticas dentro do turismo a de governança colaborativa e redes de cooperação. A abordagem metodológica escolhida permitiu uma compreensão sobre os fatores que impulsionam a formação e consolidação de clusters turísticos, bem como a construção de suas relações que é primordial para sua funcionalidade.

## Resultados e Discussões

A análise dos clusters turísticos revela que a governança participativa e a cooperação entre os atores são elementos-chave para a consolidação dos destinos, pois quando adotam essas estratégias fortalecem suas relações e constroem uma confiança mútua, que permite um diálogo construtivo que compartilha informações e dados relevantes para o turismo local, logo podem conseguir mais que uma maior estabilidade e crescimento sustentável, também alcançam o alinhamento de interesses, potencializam a governança descentralizada chegando a mais resultados positivos para todos.

Notou-se que a regionalização do turismo, promovida pelo PRT e pelo Mapa do Turismo Brasileiro, desempenha um papel crucial na estruturação e fortalecimento dos clusters. Já que com a implementação dessa ação as políticas públicas estarão sintonizadas com às necessidades dos clusters que gera um impacto significativo na competitividade do turismo regional. A descentralização da gestão e o estímulo à formação de parcerias regionais favorecem a criação de redes colaborativas, que ampliam a capacidade dos destinos de inovar e diversificar sua oferta turística.

Entretanto, alguns desafios persistem. A dependência de políticas públicas e a necessidade de constante inovação são fatores críticos. Em alguns casos, a falta de engajamento contínuo dos atores pode comprometer o desenvolvimento sustentável dos clusters. Assim, estratégias que incentivem a capacitação profissional, o uso de tecnologias digitais e a promoção de boas práticas de governança colaborativa são essenciais para a perenidade dos clusters turísticos.

Nesse sentido é possível compreender a importância da construção de redes cooperativas que permite a cristalização de um destino turístico que pode atingir um grau de reconhecimento consolidado no mercado, tornando-se uma referência dentro de sua categoria. Esse processo é facilitado pelas estratégias de atuação dos atores no cluster, que promovem inovação, qualificação da oferta e estratégias de marketing conjuntas.

## Considerações Finais

Os clusters turísticos representam uma abordagem eficaz para fomentar um turismo mais comunicativo, competitivo, inovador, colaborativo e sustentável. A cooperação entre os atores impulsiona o desenvolvimento e a competitividade dos destinos que garante melhorias em toda a cadeia produtiva, já que aquele que não acompanha fica para trás perdendo a competitividade e consequentemente espaço no mercado do consumo. Além disso, o PRT e a regionalização do turismo desempenham um papel fundamental na consolidação dos clusters, promovendo a descentralização, garantia de recursos e a sinergia entre os territórios.

Os resultados evidenciam que a colaboração entre os agentes locais, aliada a estratégias de governança eficiente, pode transformar um destino turístico em um polo competitivo e sustentável. Dessa forma, fortalecer as redes de cooperação no turismo é essencial para garantir a inovação e a sustentabilidade da atividade a longo prazo.

## Referências

- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: SENAC, 2018.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 6. ed. São Paulo: SENAC, 2007.
- SOHN, Ana Paula. **Clusters turísticos e desenvolvimento sustentável: desafios e oportunidades**. Revista Brasileira de Turismo, v. 12, n. 3, p. 45-67, 2020.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano de Regionalização do Turismo – PRT**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>. Acesso em: 25 mar. 2025.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/mapa-do-turismo>. Acesso em: 31 mar. 2025.
- PORTER, Michael E. **The Competitive Advantage of Nations**. New York: Free Press, 1990.
- BENI, M. C. Política e Planejamento do Turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2003.

- HALL, C. M. **Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships**. 2. ed. Harlow: Pearson Education, 2008.
- PERKINS, R.; KHOO-LATTIMORE, C.; ARCODIA, C. **Stakeholder Collaboration in Tourism: A Systematic Review**. **Tourism Management**, v. 74, p. 123-134, 2019.
- SOHN, A. P.; BENI, M. C. **Cluster turístico: conceitos, características e modelos de análise**. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 11, n. 3, p. 521-546, 2017.
- CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. **Competitividade e Sustentabilidade de um Cluster de Turismo: uma Proposta de Modelo Sistêmico de Medida do Impacto do Turismo no Desenvolvimento Local**. *Revista de Administração Pública*, v. 44, n. 5, p. 1105-1126, 2010.
- SANTOS, A. B. **Atividades emergentes – o caso do cluster do turismo/lazer**. Disponível em: <https://ideas.repec.org/p/wpa/wuwpio/0211026.html>. Acesso em: 25 mar. 2025.
- ASHTON, M. S. G. **Turismo criativo e desenvolvimento da oferta turística do cluster do Vale dos Vinhedos (RS, Brasil)**. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/287965584\\_Turismo\\_criativo\\_e\\_desenvolvimento\\_da\\_oferta\\_turistica\\_do\\_cluster\\_do\\_Vale\\_dos\\_Vinhedos\\_RS\\_Brasil](https://www.researchgate.net/publication/287965584_Turismo_criativo_e_desenvolvimento_da_oferta_turistica_do_cluster_do_Vale_dos_Vinhedos_RS_Brasil). Acesso em: 25 mar. 2025.
- NOVELLI, Marina; SCHMITZ, B.; SPENCER, T. **Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience**. **Tourism Management**, v. 27, n. 6, p. 1141–1152, 2006.