

**ANÁLISE DA REDE INTERORGANIZACIONAL DO TURISMO: UM ESTUDO NO
MUNICÍPIO DE IRANDUBA – AMAZONAS**

Antônio Henrique Queiroz Conceição¹

Mario Mollo Neto²

Luiz Felipe Matos Conceição³

Antônio Vagner Almeida Olavo⁴

RESUMO

Este artigo pretende contribuir para o estudo das redes interorganizacionais das empresas turísticas das áreas de Agências de Turismo, Gastronomia e Hotéis, bem como da indicação dos Espaços Turísticos da cidade de Iranduba-AM, cidade pertencente à Região Metropolitana de Manaus, tentando mostrar, como acontecem estes relacionamentos interorganizacionais e seu desenvolvimento na estrutura colaborativa. O estudo das redes enfatiza algumas variáveis importantes: tamanho da rede, estrutura das conexões, intensidade ou força de relação, densa ou múltipla, simetria ou reciprocidade de interconexão, tipo de coordenação, centralidade, grau de delegação, natureza das relações. O procedimento metodológico foi alcançado com o uso do software Ucinet 6.0[®] e o módulo Netdraw[®] para a interpretação dos dados. O resultado aponta para a necessidade de elevar os indicadores de densidade, centralidade de grau e centralidade de intermediação, pois estes podem ser uma das molas propulsoras para a criação de associações para a defesa de interesses comerciais, elevando a entrada de divisas, haja vista, a rede possuir seu relacionamento voltado para os atores de fora da cidade, deixando de ser simplesmente um destino coadjuvante como parece demonstrar a pesquisa e tornar-se um destino protagonista do turismo.

Palavras chave: Análise de Redes Sociais; Redes de Empresas; Turismo; Amazônia; Iranduba-AM.

INTRODUÇÃO

Este artigo pretende contribuir para o estudo das redes de colaboração formadas pelas empresas turísticas das áreas de Agências de Turismo, Gastronomia e Hotéis, bem como da rede de indicação dos Espaços Turísticos da cidade de Iranduba-AM, cidade pertencente à Região Metropolitana de Manaus, tentando mostrar, assim, como acontecem estes relacionamentos interorganizacionais e seu desenvolvimento na estrutura colaborativa.

A Organização do Tratado de Cooperação Amazônico (OTCA, 2007), lançou a iniciativa do “Ano do Destino Amazônico 2009”, o que incluiu uma intensa campanha publicitária e a realização de múltiplos eventos e atividades para fortalecer a imagem

¹ Universidade Federal do Amazonas - UFAM. henrique_mao@hotmail.com

² Universidade Estadual de São Paulo –UNESP mariomollo@gmail.com

³ Universidade Paulista - UNIP luizfelipemao@hotmail.com

⁴ Universidade Federal do Amazonas – UFAM. adm.antoniovagner@hotmail.com

da Amazônia no mercado turístico mundial, para aumentar o número de visitantes, a renda, bem como, melhorar a qualidade de vida da população local.

O turismo é talvez um dos fenômenos mais significativos que experimenta a Amazônia na atualidade, com o incremento permanente de visitantes nas principais cidades sobre o rio Amazonas e as múltiplas respostas e expectativas que geram nos habitantes locais (ZULUAGA, 2008).

Segundo Schlüter (2003), a gastronomia faz parte da nova demanda dos turistas dentre os atrativos culturais e o desenvolvimento do turismo cultural é estimulado em razão de sua capacidade de gerar receita e empregos no lugar em que se manifesta.

Ao se tratar de hotel, o artigo 23 da Lei do Turismo, assim o define:

Consideram-se meios de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviço de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual tácito ou expresse, e cobrança de diária.

Desta forma o arranjo produtivo local do turismo da cidade de Iranduba-AM oferece um ambiente adequado para o estudo da rede interorganizacional. Porter (1986) sugeriu a conceitualização para ser utilizada por uma empresa, no que diz respeito à cadeia de valor, como uma ferramenta para identificação das ligações e interdependência entre fornecedores, clientes, intermediários e usuários finais, ao longo da cadeia de fornecimentos.

Conforme Fusco (2004), o principal benefício, provavelmente, seja a habilidade adquirida para examinar essas ligações (linkages) e identificar claramente qual tipo de “valor” está sendo criado para os clientes (ou o que deveria ser criado), e como isto pode criar ou significar uma vantagem competitiva para uma companhia.

Este artigo pretende contribuir para os estudos das redes interorganizacionais das empresas das áreas de Agências de Turismo, Gastronomia e Hotéis da cidade de Iranduba-AM, avaliar sua estrutura de formação, utilizando a Análise de Redes Sociais (ARS), para uma melhor interpretação e entendimento da situação atual, bem como determinar seus indicadores estruturais para permitir aos gestores o acompanhamento de seu correspondente desenvolvimento.

O Espaço Geográfico

Irlanduba, “Cidade das Chaminés”, uma alusão às indústrias de cerâmicas que ali se instalaram. Situa-se à margem esquerda do Rio Solimões, em sua confluência com o Rio Negro, a sul da capital do Amazonas, Manaus, a 22 quilômetros de distância. Suas coordenadas geográficas são -03° 17' 05" de latitude e -60° 11' 10" de longitude, a uma altitude de 60 metros. Seus limites fazem confluência com os municípios de Careiro, Manaquiri, Manacapuru, Novo Airão e Manaus. Temperatura anual média de 32°C. Pode-se chegar a Irlanduba por via fluvial a partir de confortáveis lanchas partindo do Porto Fluvial de Manaus ou por via terrestre pela Ponte Rio Negro e segue-se pela rodovia AM-070 - Manaus ↔ Manacapuru até o Km 15, onde há o entroncamento com destino a Irlanduba. Possui atividades econômicas das mais diversas, destacando-se a indústria de pneus para motocicletas, derivados de laticínios “Fazendinha” e de cerâmica na produção de tijolos e telhas para a construção civil, frigoríficos e serrarias.

O turismo é coordenado pela SEMTUR - Secretaria Municipal de Turismo, órgão da Prefeitura Municipal de Irlanduba, tendo como atividade a prospecção, elaboração, coordenação e implantação de projetos turísticos, conta com um CAT – Centro de Atendimento ao Turista, está implantando o Turismo Rural na Agricultura Familiar – TRAF-AM por intermédio da AMAZONASTUR, o local é conhecido como o paraíso dos alojamentos de selva: Tiwa Amazon Ecoresort, Acajatuba Jungle Lodge, Pusada Amazônia e contando com as instalações daquele que é considerado a oitava maravilha do mundo o “Resort Ariaú Amazon Towers”, (SEMTUR - PMI, 2012).

O ecoturismo está voltado tanto para o aproveitamento dos atrativos naturais, culturais e tradicionais. Os atrativos naturais são representados pela Reserva de Desenvolvimento Sustentável Rio Negro, Cachoeira do Castanho, Praias do Açutuba e Japonês. Os atrativos culturais e tradicionais estão ligados ao folclore, e a gastronomia.

A importância do ecoturismo é a possibilidade de retirar do desuso manifestações como danças, músicas, trajes tradicionais, culinária típica e estimular o artesanato. Entretanto, se esses atrativos forem utilizados com finalidade financeira, corre-se o risco de se descaracterizar essas manifestações, deslocando-as de seu uso social e cultural, inserindo-as em um universo puramente comercial, em que as tradições são utilizadas como “espetáculos” para turistas, (COSTA *et al.*, 2002).

METODOLOGIA

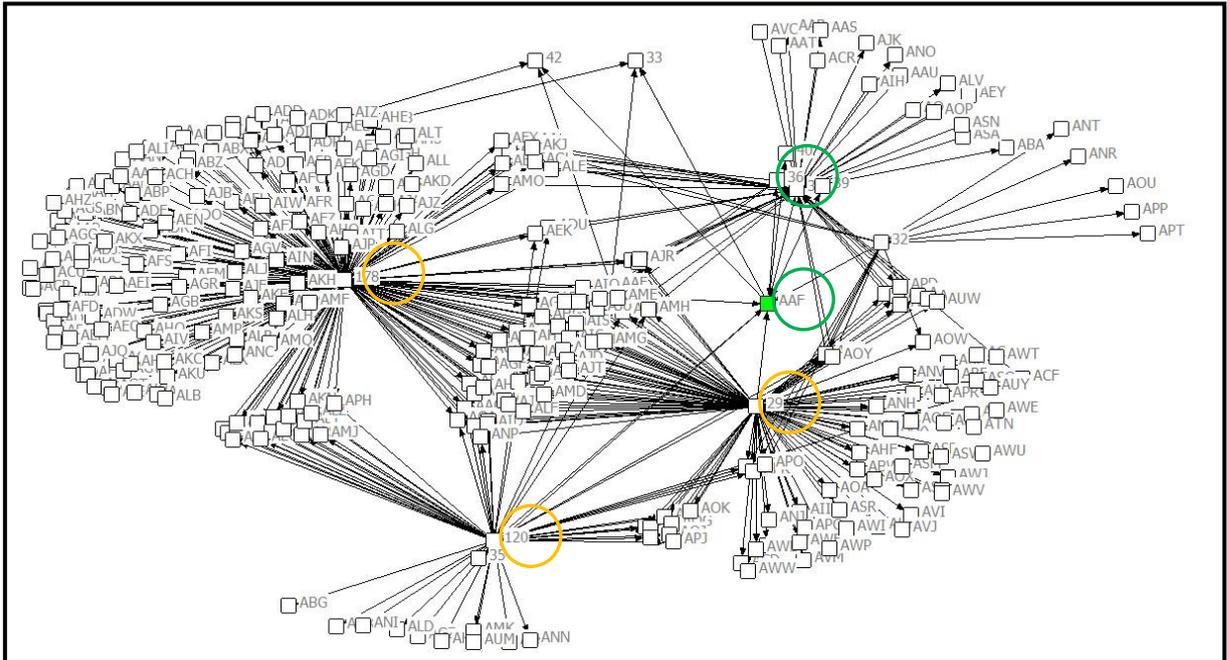
A proposta foi alcançada através da construção da teoria das empresas em rede, para explicar a dinâmica das relações entre os atores. O método tem o seu fundamento na pesquisa de campo, a partir da aplicação de um survey, junto aos atores da rede. O aspecto teórico tem por base o paradigma da informação, para analisar o grau de empenho e de envolvimento das empresas com a ideia de empresa em rede. A análise de rede foi feita por meio da ferramenta de software Ucinet 6.0® e o módulo NetDraw® para a sua representação gráfica e avaliação de propriedades estruturais da rede através das medidas de densidade, centralidade de grau e centralidade da intermediação.

O software Ucinet 6.0® é um programa para analisar dados de redes sociais (ARS), foi desenvolvido por Steve Borgatti, Everett e Martin Freeman Lin e é distribuído pela Analytic Technologies. Os métodos de análise existentes no programa incluem entre outros, medidas de centralidade, identificação de subgrupos, análise de papéis e teoria dos grafos, além, de diversas rotinas para análise de matrizes. Possui um módulo integrado para desenhar gráficos de redes sociais chamado de NetDraw®, o qual permite a criação e leitura de redes sociais e análise dos dados (BORGATTI *et al.* 2002).

A partir do levantamento realizado, com base nos dados obtidos, estes foram tabulados utilizando as planilhas do software Microsoft Office Excel 2007®, em seguida aplicou-se a análise de redes sociais com o uso da ferramenta de software Ucinete 6.0® da qual foi possível criar com o auxílio do módulo NetDraw® do software Ucinet 6.0® os mapas das características estruturais da rede de empresas turísticas das áreas de Agências de Turismo, Gastronomia e Hotéis, bem como da rede de indicação dos Espaços Turísticos da cidade de Iranduba-AM. Após o mapeamento estrutural foram processadas as redes, por meio de suas matrizes de relacionamentos e dessa forma foram obtidos os valores das respectivas densidades.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

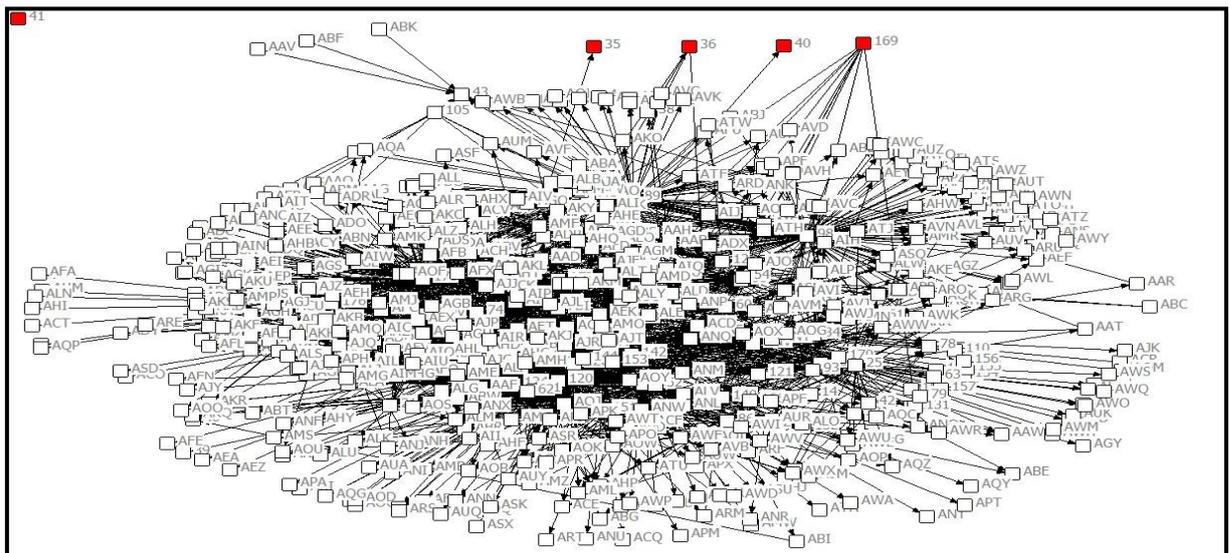
Antes de apresentar os resultados, para uma melhor compreensão dos gráficos das redes elaboradas com o software Ucinet 6.0® e o módulo NetDraw®, apresenta-se abaixo uma descrição das legendas utilizadas. Em verde – Ator da rede das



A cidade de Iranduba possui uma agência de turismo cadastrada no Cadastur (Figura 2). As indicações são basicamente de fora da cidade: a agência funciona mais na parte do receptivo de turistas, haja vista seu relacionamento ser de fora da cidade. No campo houve várias vezes tentativa de contato via telefone para a agência para marcar um contato, pois seria importante a sua opinião para o levantamento de campo, porém não se obteve sucesso.

A densidade é de 4,8%, centralidade de grau de 65,2% e centralidade de intermediação de 1,3%. Os atores com maior centralidade de grau são os respondentes 178, 29 e 120, enquanto os de centralidade de intermediação são: os respondentes 34 e 36 e os atores AAF e AAE.

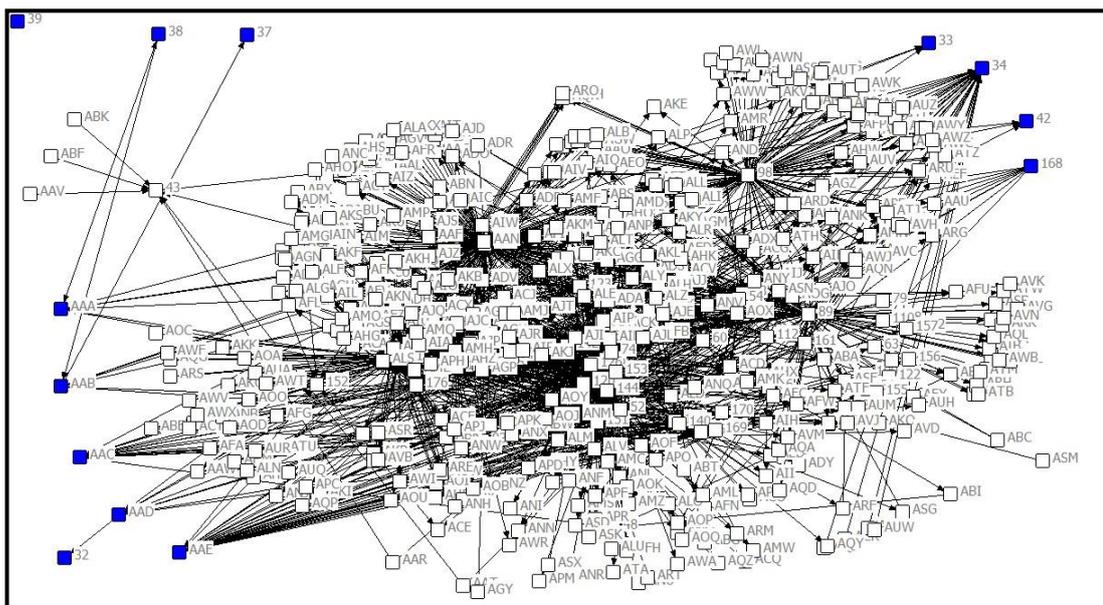
Figura 3 – Rede dos atores da gastronomia da cidade de Iranduba.



Na cidade de Iranduba (Figura 26) não havia indicação desses atores. No Centro de Atendimento ao Turista, CAT – Iranduba foram identificados treze atores e desses, nove atores foram convidados a responder o instrumento de medição, obtendo-se quatro respondentes e o respondente 41 (vermelho) que se encontra isolado no grafo, não indicou nenhum ator da cidade e o ator 169 (vermelho) que perfaz um quinto ator, refere-se ao empreendimento Ariaú Tower.

A densidade é de 7,8%, centralidade de grau de 35,9% e centralidade de intermediação de 9,3%. Os atores com maior centralidade de grau são os respondentes 178, 98 e 29, enquanto os de centralidade de intermediação são os respondentes 144 e 34.

Figura 4 – Rede dos atores de hotéis da cidade de Iranduba.



A cidade de Iranduba contava com cinco atores (Figura 33), levantamentos realizados no Centro de Atendimento ao Turista, CAT – Iranduba; esse passou para quatorze, dos nove convidados, seis responderam, desses o respondente 39 não indicou nenhum ator da rede e aparece isolado no grafo.

A densidade é de 7,6%, centralidade de grau de 39,4% e centralidade de intermediação de 8,4%. Os atores com maior centralidade de grau são os respondentes 178, 98 e 89, enquanto os de centralidade de intermediação são os respondentes 144, 61 e 62.

CONCLUSÕES/RECOMENDAÇÕES

A densidade demonstra o grau de conectividade da rede. Ela é medida pela proporção de conexões existentes sobre o total de relações possíveis. Quanto maior a densidade da rede, maior o número médio de links que cada empresa terá, aumentando o nível de interdependência da rede, (BALESTRIN e VERSCHOORE, 2008).

Como demonstrado nos grafos e confirmado pelo indicador de Densidade das Agências de Turismo – 4,8%, Gastronomia - 7,8% e Hotéis – 7,6%, bem como da rede indicativa dos Espaços Turísticos – 28,1% demonstra ser incipiente entre os atores da cidade, ou seja, o grau de conectividade da rede é baixíssimo, tornando-se muito difícil o fluxo de informações entre os atores, a busca de objetivos comuns, bem como o de suportar relações de associativismo e/ou cooperativismo.

A centralidade de grau refere-se ao quanto mais central na rede for o ator, maior a capacidade deste de acessar, direta ou indiretamente, outros atores na rede, (FREEMAN, 1979).

A Centralidade de Grau medida na rede de empresas turísticas das áreas das Agências de Turismo – 65,2%, Gastronomia – 35,9% e Hotéis – 39,4%, bem como da rede indicativa dos Espaços Turísticos – 31,4% demonstra que no conjunto, o poder de acessar os demais atores da rede ainda é baixo, dificultando as relações comerciais.

De acordo com Freeman (1979), Wasserman e Faust (1994), um ator é um intermediário que se liga a vários outros atores que não se conectam diretamente.

No contexto da Intermediação de Grau obtivemos os seguintes indicadores na rede de empresas turísticas das áreas das Agências de Turismo – 1,3%, Gastronomia – 9,3 e Hotéis -8,4%, mais uma vez indicando que o poder de conexão entre os atores da rede ainda é bastante baixo, a capacidade de interligar os atores ao longo da rede fica comprometida e mais uma vez os aspectos de associativismo e /ou cooperativismo ficam prejudicados.

Elevar os indicadores de densidade, centralidade de grau e centralidade de intermediação apresentados podem ser uma das molas propulsoras para a criação de associações para a defesa de interesses comerciais, elevando a entrada de divisas, haja vista, a rede possuir seu relacionamento voltado para os atores de fora da cidade, deixando de ser simplesmente um destino coadjuvante como parece demonstrar a pesquisa e tornar-se um destino protagonista do turismo.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem aos Programas de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da UNIP e UFPA, a UNESP - Campos de Tupã–SP, e ao apoio do Governo do Estado do Amazonas por meio da FAPEAM, com a concessão de bolsa de estudo, ao INC-BC/UFAM pelo apoio a formação docente.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei do Turismo e Legislação Correlata**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2010.

COSTA, Paula C. P.; ROSSI, Patrícia R.; SCHUMAHER, Sylvania M. **In Meio ambiente, educação e ecoturismo.** Neiman Zysman (Org). Barueri-SP: Manole, 2002. ISBN 9788520415121.

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

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. **Organizational Economics: understanding the relationship between Organizations and Economic Analysis in Handbook of Organizations.** Roulledge, London, 1996.

BORGATTI, S. P.; EVERETT, M. G.; FREEMAN, L. C. **Ucinet for Windows: Software for social network analysis.** Harvard, MA: Analytic Tecnologies, 2002.

DYER, J.H.; SINGH, H. **The relational View: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage.** Academy of Management Review, v. 23. N. 4, p. 660-679, 1998.

FUSCO, P. A. **Cadeias de Fornecimento e Redes de Empresas: Abordagem metodológica para avaliação de competitividade.** São Paulo: Arte & Ciência, 2004. ISBN 85-7473-144-7.

FUSCO, P. A.; SACOMANO, J. B. **Alianças em Redes de Empresas: Modelo de redes simultâneas para avaliação competitiva.** São Paulo: Arte & Ciência, 2009. ISBN 978-85-61165-30-7.

FREEMAN, L. C. **Centrality in social networks I.** Conceptual clarification. Social Networks, v. 1, p. 215-239, 1979.

LAZZARINI, S. G. **Empresas em Rede.** São Paulo: Cengage Learning, 2008. ISBN 978-85-221-0651-6.

MICROSOFT OFFICE EXCELL. Disponível em: Microsoft Store: http://www7.buyoffice.microsoft.com/bra/default.aspx?country_id=BR&WT.mc_id=ODC_ptBR_GenBuy_2007F1, 2007. Acesso em 15 jan. 2012.

MICROSOFT WORD. Disponível em: Microsoft Store: http://www7.buyoffice.microsoft.com/bra/default.aspx?country_id=BR&WT.mc_id=ODC_ptBR_GenBuy_2007F1, 2007. Acesso em 05 abr. 2012.

OTCA. **Organização do Tratado de Cooperação Amazônico.** Disponível em: <http://www.otca.org.br>, 2010. Acesso em: 08 mai. 2010.

NETDRAW: **Graph Visualization Software.** Havard: Analytic Tecnologies. Disponível em: <http://www.analytictech.com/downloadnd.htm>. Acesso 30 abr. 2010.

PEREIRA, B. A. D. **Estruturação de relacionamentos horizontais em redes.** Porto Alegre: UFRGS, 2005. 219 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

PORTER, M. E. **Competition in Global Industries**. Harvard Business School Press, Boston, 1986.

PMM. **Prefeitura Municipal de Iranduba**. SENTUR - Secretaria Municipal de Turismo, 2014.

PMM. **Prefeitura Municipal de Iranduba**. CAT – Centro de Atendimento ao Turista, 2011.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. ISBN 85-85887-79-6.

UCINET FOR WINDOWS: **Software for Social Network Analysis**. Havard. MA: Analitic Technologies. Obtido em 30 de 03 de 2010, de Analytic Technologies: <http://www.analytictech.com/downloadnd.htm>.

VENTURINI, J. C. **Assimetria de informação em redes de empresas horizontais: um estudo das diferentes percepções de seus atores**. Santa Maria – RS, 2008. 148 f. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Federal de Santa Maria, 2008.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: methods and applications**. In: STRUCTURAL analysis in social the social sciences series. Cambridge: Cambridge University Press, 857 p. v. 8, 1994.

ZULUAGA, G. I. O. **Turismo en la Amazonia: Entre el desarrollo convencional y las alternativas ambientales amigables**. Bogotá: Editora Guadalupe Ltda.; Universidad Nacional de Colombia. Sede Amazonia, 2008. ISBN 978-958-98806-0-9.