

***Cooperação no turismo náutico sob a perspectiva  
de cluster: estudo a partir de Florianópolis (SC),  
Brasil***

***Cooperation in nautical tourism from a cluster  
perspective: a study from Florianópolis (SC), Brazil***

**Karina Baldanca**

Mestre, Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria - PPGTH/UNIVALI –  
Balneário Camboriú/SC, Brasil.  
E-mail: karina@setur.sc.gov.br

**Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora, Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria - PPGTH/UNIVALI –  
Balneário Camboriú/SC, Brasil.  
E-mail: anasohn@univali.br

**Francisco Antônio dos Anjos**

Doutor em Planejamento do Turismo, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC -  
Florianópolis/SC, Brasil, com pós-doutorado em Urbanismo y Ordenamento Territorial  
– UPC, Barcelona/CT, Estanha.  
E-mail: anjos@univali.br

**Marcos Arnhold Júnior**

Doutor, Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria - PPGTH/UNIVALI –  
Balneário Camboriú/SC, Brasil.  
E-mail: marcosjunior@univali.br

**Filipa Marina Lisardo Dionísio Vieira**

Doutora, Departamento de Produção e Sistemas, Universidade do Minho - Guimarães,  
Portugal.  
E-mail: filipadv@dps.uminho.pt

*Artigo recebido em: 09-04-2025*

*Artigo aprovado em: 29-08-2025*

## RESUMO

Essa pesquisa objetiva analisar como se configura a cooperação interorganizacional no segmento náutico de Florianópolis sob a perspectiva da teoria de clusters turísticos, identificando suas práticas, desafios e potencialidades para o fortalecimento da competitividade e da sustentabilidade do destino. O método da Análise do Discurso do Sujeito Coletivo foi utilizado a partir da aplicação de um roteiro de entrevista com os atores envolvidos no segmento náutico. O potencial para o desenvolvimento existe e os atores têm consciência das vantagens da formação do cluster turístico. Entretanto, sua implementação enfrenta desafios. Isso inclui dificuldades na efetivação de ações colaborativas, justificada pela falta de uma organização central ou de uma liderança reconhecida pelos atores.

**Palavras-chave:** Cooperação. Cluster turístico. Turismo náutico. Florianópolis.

## ABSTRACT

This research aims to analyze how interorganizational cooperation is configured in the nautical sector of Florianópolis from the perspective of tourism cluster theory, identifying its practices, challenges, and potential for strengthening the destination's competitiveness and sustainability. The Collective Subject Discourse Analysis method was used based on an interview guide with stakeholders involved in the nautical sector. The potential for development exists, and stakeholders are aware of the advantages of forming a tourism cluster. However, its implementation faces challenges. These include difficulties in implementing collaborative actions, justified by the lack of a central organization or leadership recognized by the stakeholders.

**Keywords:** Cooperation. Tourism cluster. Nautical tourism. Florianópolis.

## 1. INTRODUÇÃO

No setor turístico, o conceito de cluster tem sido cada vez mais relevante, com o turismo sendo considerado uma das áreas que mais se beneficia dessa organização. Clusters turísticos contribuem para o desenvolvimento econômico e regional, aumentando a competitividade, inovação e sustentabilidade, como destacado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e outros estudos sobre o tema (Cassiolato, Lastres & Stallivieri, 2008).

A cooperação entre as empresas dentro de um cluster turístico promove a eficiência coletiva, melhora o aprendizado mútuo e fomenta inovações que atendem às necessidades do mercado. A interação entre diferentes stakeholders, como governos, empresas e instituições de pesquisa, contribui positivamente para o sucesso desses arranjos, promovendo o desenvolvimento local e a criação de produtos turísticos diferenciados. Além disso, a

cooperação interorganizacional dentro de clusters turísticos pode melhorar a competitividade das pequenas e médias empresas (PME), fortalecer as redes de conhecimento e criar sinergias entre as empresas locais, contribuindo assim para um turismo mais sustentável e inovador (Giuliani & Bell, 2005). Portanto, os estudos sobre a cooperação em clusters turísticos são importantes para entender como as redes colaborativas podem impulsionar a inovação e fortalecer os destinos turísticos, ajudando-os a se destacar no mercado global.

A produção científica que aborda o tema cluster turístico e cooperação é mais expressiva em países da Europa, (Gorbunov *et al.*, 2017; Perles-Ribes *et al.*, 2017; Pakhalov & Saks, 2020; Roslyakova & Dorofeyeva, 2023; Hernández-Barahona *et al.*, 2023;). Os clusters turísticos podem ser classificados pelo estágio de maturidade, pelo tipo de produto turístico, pela governança, pelo alcance geográfico ou pelo foco estratégico (Sohn & Beni, 2023). Neste trabalho o foco é o estudo pelo tipo de produto turístico, tendo como foco o turismo náutico na cidade de Florianópolis,

O segmento náutico da cidade de Florianópolis, capital de Santa Catarina, sob a perspectiva da teoria de clusters turísticos, com foco na cooperação. A compreensão da dinâmica colaborativa nesse setor é essencial para otimizar o potencial turístico local. Dados da Agência Sebrae Santa Catarina (2024) apontam que o estado é reconhecido nacionalmente como destino líder, eleito pela 13ª vez como o “Melhor Estado do Brasil para Turismo” (Prêmio Viagem e Turismo 2023/2024). Santa Catarina concentra significativa diversidade de produtos turísticos e apresenta dados expressivos de participação econômica, que reforçam a relevância de investigar como a cooperação pode fortalecer ainda mais a competitividade do turismo náutico. Os indicadores detalhados de participação do turismo no PIB estadual, arrecadação de ICMS e perfil empresarial serão apresentados na seção metodológica, de modo a sustentar a contextualização empírica do estudo.

Diante da relevância dos clusters turísticos e da cooperação interorganizacional esse estudo pesquisa busca responder a seguinte questão de pesquisa: De que forma a cooperação interorganizacional entre os atores do turismo náutico em Florianópolis contribui – ou deixa de contribuir – para a configuração de um cluster turístico capaz de promover competitividade, inovação e sustentabilidade no destino? Para tanto objetiva analisar como se configura a cooperação interorganizacional no segmento náutico de Florianópolis sob a perspectiva da teoria de clusters turísticos, identificando suas práticas, desafios e potencialidades para o fortalecimento da competitividade e da sustentabilidade do destino.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Clusters turísticos e o turismo náutico

Os clusters turísticos emergem como uma abordagem estratégica para o desenvolvimento econômico e regional, caracterizando-se pela concentração geográfica de empresas e instituições relacionadas ao turismo. O conceito de clusters, inicialmente desenvolvido por Marshall (1890) no contexto industrial, foi adaptado por Porter (1990) ao setor econômico, enfatizando a importância da proximidade geográfica para a criação de vantagens competitivas. No turismo, os clusters são entendidos como redes de empresas e organizações interdependentes, situadas em uma área geográfica específica, que buscam alcançar ganhos coletivos por meio da cooperação (Porter, 1990; Beni, 2019).

Os clusters turísticos possuem características distintivas que os tornam eficazes na promoção da competitividade e inovação dentro de um território. Segundo Porter (1990), a proximidade geográfica é um dos principais fatores que favorecem a cooperação entre as empresas do cluster, permitindo a troca constante de informações e conhecimentos. As empresas que compõem o cluster estão integradas de maneira horizontal e vertical, o que cria uma rede de interdependências em que os atores compartilham recursos, tecnologias e melhores práticas. Isso leva a uma eficiência coletiva (Sahakyan & Suvaryan, 2018), e a soma do esforço conjunto resulta em um impacto maior do que se cada empresa operasse isoladamente.

Outro aspecto é a presença de instituições de apoio como universidades, centros de pesquisa e órgãos governamentais, que oferecem suporte em termos de capacitação, inovação e recursos financeiros (Cassiolato, Lastres, & Stallivieri, 2008). Essas instituições são importantes para o desenvolvimento da capacitação inovativa e para a promoção de conhecimento especializado (Giuliani & Bell, 2005), que pode ser compartilhado entre as empresas do cluster. Além disso, os fornecedores de insumos e serviços especializados desempenham um papel vital na manutenção da competitividade das empresas dentro do cluster (OECD, 1995).

Em termos de desenvolvimento regional, os clusters contribuem para o aumento da competitividade, especialmente em regiões onde o turismo é um dos principais motores econômicos. A proximidade das empresas favorece a criação de novos produtos turísticos e

experiências inovadoras, respondendo rapidamente às mudanças nas demandas do mercado e aproveitando as economias de escala (OECD, 1995; Porter, 1990). Além disso, a cooperação interempresarial facilita o desenvolvimento de infraestrutura turística e a melhoria dos serviços oferecidos aos turistas (Babalola *et al.*, 2011).

Os clusters turísticos proporcionam uma maior especialização e inovação. Empresas localizadas em clusters têm mais oportunidades de inovar devido à troca constante de conhecimento e experiências, o que é apoiado por uma rede de conhecimento e aprendizado mútuo (Giuliani, 2005). Isso permite que os destinos turísticos se destaquem no mercado global por sua singularidade e qualidade (Parrilli, 2009).

Embora os clusters turísticos tenham se mostrado eficazes na promoção do desenvolvimento regional e na inovação no setor, há uma lacuna significativa na pesquisa sobre cooperação dentro desses arranjos. A cooperação é frequentemente identificada como um fator-chave para o sucesso dos clusters, mas a literatura ainda carece de investigações mais aprofundadas sobre como as dinâmicas de cooperação operam em diferentes contextos turísticos. Em particular, a cooperação entre empresas de diferentes portes, como grandes operadores turísticos e PME, e a cooperação entre empresas e instituições públicas e de pesquisa, continua a ser um campo pouco explorado (Sahakyan & Suvaryan, 2018).

Os clusters turísticos podem ser classificados pelo estágio de maturidade, pelo tipo de produto turístico, pela governança, pelo alcance geográfico ou pelo foco estratégico. Esta pesquisa tem como foco de estudo um produto turístico, o turismo náutico.

O turismo náutico é definido como aquele caracterizado pelo contato direto com a água, seja em ambientes marinhos ou de água doce, envolvendo atividades ligadas à navegação, à prática de esportes aquáticos ou a outras experiências realizadas nesse meio. Diferentemente de outros segmentos de transporte turístico, nesse caso as embarcações assumem papel central, oferecendo lazer e entretenimento aos visitantes. No contexto brasileiro, esse segmento vem sendo apontado como uma tendência para o fortalecimento da atividade turística, especialmente no cenário de retomada pós-pandemia (Ministério do Turismo, 2023). O Brasil possui um litoral de aproximadamente 8.500 km, o que confere ao turismo náutico um diferencial em relação a outros segmentos.

No cenário internacional, o turismo náutico tem sido estudado por conta de seu potencial de dinamização econômica e pelos desafios que enfrenta. Estudos apontam condicionantes estruturais dessa atividade. Jovanovic *et al.* (2013) identificam, no contexto da Sérvia, fatores

de desmotivação ligados a restrições intrapessoais, interpessoais e estruturais, destacando a relevância de compreender os limites que afetam a participação dos turistas nesse segmento. Na Croácia, Ivanić, Perić e Hadžić (2018) demonstram que, apesar do elevado potencial natural e da atratividade costeira, persistem fragilidades relacionadas à infraestrutura e à necessidade de estratégias de gestão integradas que favoreçam o desenvolvimento sustentável do setor. Ao estudarem o caso das Ilhas Baleares, Moreno e Otamendi (2017), ressaltam que entraves normativos, fiscais comprometem a consolidação do turismo náutico. Segundo os autores, a cooperação entre agentes públicos e privados é fundamental para transformar o potencial existente em vantagem competitiva. Complementarmente, de Sousa Castel e Amaral (2017), ao estudarem a Ilha do Faial em Portugal, destacam que a sustentabilidade deve ser tratada como pilar estratégico do turismo náutico, demandando políticas de longo prazo capazes de equilibrar competitividade, inovação e preservação ambiental.

Esses referenciais reforçam que, embora inserido em diferentes realidades socioeconômicas, o segmento náutico compartilha desafios comuns de governança, cooperação e sustentabilidade.

## 2.1 Cooperação interorganizacional

A cooperação é entendida como uma ferramenta em que as partes reconhecem que possuem recursos, competência, conhecimento e que, trabalhando juntas, podem obter ganhos mútuos e atingir objetivos comuns (Verschoore, 2006). Trata-se de uma atuação voluntária e consciente, em que os membros do grupo compartilham algum objetivo comum. Esse fenômeno é vasto, complexo e tem múltiplas causas. A cooperação promove a transmissão de conhecimento e a competitividade do (Baggio *et al.*, 2010; Utami *et al.*, 2023).

O turismo é um setor caracterizado por maiores riscos e incertezas devido à sazonalidade, à instabilidade global, e questões sanitárias como as vividas recentemente por conta da COVID-19. Deste modo, um destino turístico tem diferentes pressões institucionais que resultam na necessidade de se conceber alianças entre as partes interessadas motivadas a sobreviver (Chim-Miki *et al.*, 2019).

As iniciativas de cooperação entre empresas, quando estruturadas em redes interorganizacionais, podem gerar vantagens econômicas, como o uso mais eficiente de recursos, a ampliação da escala produtiva, melhores oportunidades de negócios e a geração de

novas ideias (Tsviliy *et al.*, 2023). Em clusters turísticos, tais vínculos cooperativos também se expressam na implementação de projetos conjuntos de marketing, na participação em feiras, conferências e visitas de estudo, mecanismos que constituem importantes fluxos de conhecimento (Kýadý-Postolska *et al.*, 2018).

Nesse contexto, as tecnologias digitais e as plataformas de turismo colaborativo assumem papel importante, pois expandem os canais de cooperação para além do espaço físico do cluster. Estudos sobre a economia colaborativa em turismo mostram que essas plataformas, como Airbnb, BlaBlaCar ou Dinneer, permitem o compartilhamento de bens e serviços entre turistas e residentes, configurando um novo modelo de negócios baseado no uso eficiente de recursos e na cocriação de valor (Lopes Souto Maior-Cabanne; Melo Silva Luft & França de Abreu, 2020). Ao integrar múltiplos agentes em um mesmo ambiente digital, essas plataformas funcionam como redes de colaboração que facilitam a promoção de confiança, a reputação e a interação direta entre fornecedores e consumidores (Dredge & Gyimóthy, 2015). Portanto, elas representam uma inovação tecnológica capaz de fortalecer clusters turísticos ao ampliar o acesso a mercados e diversificar produtos e experiências.

No Brasil, considerando a importância estratégica do segmento náutico, o Ministério do Turismo lança o Portal Náutico ([turismonautico.turismo.gov.br](http://turismonautico.turismo.gov.br)), uma ferramenta institucional voltada ao compartilhamento de informações para os segmentos público e privado. Entretanto, no contexto das discussões realizadas sobre clusters turísticos, observa-se que o portal ainda se limita principalmente a conteúdos normativos e de legislação, carecendo de dados de mercado, atrativos e evidências científicas sobre o setor. Ainda assim, configura-se como um recurso relevante para apoiar a tomada de decisão, fortalecer a imagem do turismo náutico brasileiro e criar um ambiente mais propício ao desenvolvimento sustentável e competitivo da atividade.

As redes digitais de colaboração permitem que pequenas e médias empresas turísticas superem suas limitações de escala ao participar de ecossistemas online, nos quais o conhecimento é compartilhado e a inovação é acelerada. Esse tipo de interação digital complementa os vínculos presenciais dos clusters e favorece a adaptação às demandas de turistas cada vez mais conectados e interessados em experiências autênticas. Assim, a cooperação no turismo contemporâneo deve ser analisada não apenas sob a ótica territorial, mas também considerando o papel das plataformas digitais como espaços híbridos de coordenação e inovação.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia deste estudo adotou uma abordagem qualitativa, exploratória-descritiva, focada na compreensão do segmento náutico em Florianópolis sob a perspectiva da teoria de cluster turístico e cooperação. A eleição do caso de Florianópolis vem da herança turística e sua localização privilegiada, e por ser uma ilha tem um potencial significativo para o turismo náutico. A cidade é capital do estado de Santa Catarina que segundo dados do Sebrae/SC tem no turismo 12,5 % do PIB com cerca de 26.609 empresas, a maioria Microempreendedores Individuais (65,4 %)

Foram entrevistados oito profissionais diretamente envolvidos nas ações públicas e privadas do turismo náutico de Florianópolis, incluindo empresários, representantes do poder público, associações e instituições de ensino (Quadro 1). A seleção dos entrevistados foi intencional, baseada em sua relevância e atuação no setor náutico.

**Quadro 1**  
*Entrevistados*

Identificação do entrevistados	Entrevistado	Descrição
E 01	Eduardo Ribas Valduga	Proprietário da escola de mergulho Cultura Subaquática.
E 02	Hamilton Fernandes dos Santos	Empresário proprietário de escuna.
E 03	Rosane Ferreira	Empresária proprietária de escuna e Presidente do consórcio das escunas de Canasvieiras.
E 04	Tiago Savi Mondo	Professor do Instituto Federal de Santa Catarina.
E 05	Alexandre Augusto Biz	Professor da Universidade Federal de Santa Catarina desde 2017.
E 06	Vinicius De Luca Filho	Superintendente de Turismo da Prefeitura de Florianópolis 2017 – 2023; professor do Instituto Federal de Santa Catarina desde 2006.



E 07	Roberto Tavares de Albuquerque	Gerente de competitividade do SEBRAE; membro do Estudo do Setor Náutico de Santa Catarina.
E 08	Leandro Mané Ferrari	Presidente da ACATMAR – Associação Náutica Brasileira.

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Todas as entrevistas foram presenciais e individuais. A coleta de dados foi realizada nos anos de 2023 e 2024. Para a coleta de dados, foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado.

O roteiro de entrevistas foi estruturado em quatro categorias de análise principais, cada uma delas fundamentada na literatura especializada e acompanhada de perguntas orientadoras. A primeira categoria, cooperação interorganizacional, buscou identificar a percepção dos atores sobre a existência de ações de cooperação no segmento náutico de Florianópolis, bem como as parcerias mais comuns estabelecidas entre os diferentes atores do cluster. Além disso, questionou-se de que maneira a cooperação poderia contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor. Essas questões foram elaboradas com base em autores como Lins (2000), Cunha e Cunha (2005), Jackson *et al.* (2005), Novelli *et al.* (2006), Ferreira e Estevão (2009), Borkowska-Niszczoła (2015), Golovkova e Yuhnowska (2019), Mirčetić *et al.* (2019), Teixeira *et al.* (2020), Chim-Miki, Medina-Brito e Batista-Canino (2020), Floréz *et al.* (2020), Sohn e Beni (2023) e Utami, Dhewanto e Lestari (2023).

A segunda categoria tratou de marketing e promoção do destino turístico, com perguntas sobre ações cooperativas para a promoção do segmento náutico, a contribuição da cooperação para a diversificação da oferta de produtos e experiências aos visitantes, bem como a forma como essa cooperação se manifesta em iniciativas de marketing e divulgação (como parcerias público-privadas, associações de turismo ou eventos colaborativos). Esse bloco de questões foi fundamentado em estudos como os de Novelli *et al.* (2006), Ferreira e Estevão (2009), Tomazzoni e Costa (2015), Borkowska-Niszczoła (2015), Sohn *et al.* (2017), Golovkova e Yuhnowska (2019), Mirčetić *et al.* (2019), Silva, Hoffmann e Costa (2020), Teixeira *et al.* (2020), Chim-Miki, Medina-Brito e Batista-Canino (2020), Floréz *et al.* (2020), Varela, Ferraz e Paiva (2021), Sohn e Beni (2023) e Utami, Dhewanto e Lestari (2023).

Na sequência, na categoria de transferência de conhecimento foram feitas perguntas sobre a circulação de informações e saberes no segmento náutico. Questionou-se se a proximidade geográfica favorece esse processo a motivação para ações colaborativas. Para fundamentar essas questões foram mobilizados trabalhos de Novelli *et al.* (2006), Flores *et al.* (2016), Silva, Golovkova e Yuhnowska (2019), Silva, Hoffmann e Costa (2020), Varela, Ferraz e Paiva (2021) e Vieira, Reyes Junior e Vásquez (2023).

Por fim, as perguntas da categoria relativa a desafios e barreiras à cooperação voltaram-se sobre principais obstáculos enfrentados pelos atores na tentativa de estabelecer processos colaborativos, como concorrência, falta de confiança, diferenças de objetivos, carência de incentivos, resistência à mudança, problemas de comunicação, dificuldades logísticas ou ausência de liderança. Esse bloco foi estruturado com base em Novelli *et al.* (2006), Amaral (2014), Tomazzoni e Costa (2015), Golovkova e Yuhnowska (2019), Bozhko *et al.* (2021) e Varela, de Souza Ferraz e Paiva (2021).

Os dados coletados foram analisados utilizando a técnica de Análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC). Esta técnica permitiu identificar e sintetizar as opiniões e percepções coletivas dos entrevistados sobre o turismo náutico em Florianópolis. O processo envolveu a identificação de expressões-chave e a categorização de ideias centrais, resultando na construção de discursos do sujeito coletivo.

Sobre as limitações deste estudo, a análise do DSC pode apresentar um viés do pesquisador na construção das expressões-chave, e a amostra limitada pode limitar a generalização dos resultados. Além disso, a natureza subjetiva da análise do DSC e a necessidade de tempo e recursos para a análise são outras limitações a serem consideradas (Lefevre & Lefevre, 2003; Figueiredo *et al.*, 2013).

#### 4. RESULTADOS

A interação colaborativa entre o poder público, as associações representativas, as instituições de ensino e o empresariado desempenha um papel de relevância para a promoção do desenvolvimento sustentável, a melhoria da experiência do turista e a maximização dos benefícios econômicos e sociais trazidos diretamente pelo turismo.

A comparação entre a literatura sobre parcerias interorganizacionais no setor turístico e os dados coletados na pesquisa empírica sobre o setor náutico de Florianópolis, revela alguns

pontos de convergência, mas também algumas discrepâncias e desafios específicos enfrentados pelo segmento.

Embora a literatura mencione o papel de autoridades locais e outros atores em projetos (Novelli *et al.*, 2006; Chim-Miki *et al.*, 2020; Sohn & Beni, 2023), os dados de Florianópolis mostram parcerias específicas, como a ACATMAR e o Destino Floripa, além de ações pontuais da Assembleia Legislativa de Santa Catarina.

Apesar das parcerias e esforços de cooperação, como reuniões técnicas e ações conjuntas com o poder público, há uma falta de políticas públicas relevantes, evidenciando desafios na implementação de parcerias mais abrangentes e eficazes. Como colocado pelos entrevistados:

“Não há cooperação interorganizacional para o segmento náutico de Florianópolis, o que predomina são ações individuais” (E01). “A ausência de esforços conjuntos é evidenciada na dificuldade de realizar compras coletivas, a fim de reduzir custos para todo o grupo” (E02).

Os dados da pesquisa sugerem que problemas ligados a governança do segmento, contribuem para a baixa coesão e eficácia da cooperação. Pode-se perceber uma prática de cooperação predominantemente bilateral no segmento náutico do turismo de Florianópolis. A organização da ACATMAR assume o papel de protagonista na governança do setor. A ACATMAR tem sido o grande ator nesse processo de tentativa de relacionamento entre as partes interessadas.

“Eu não consigo ver esse movimento interorganizacional de articulação, de troca de conhecimento, de expertise, de discussão de gestão pública. O que eu vejo é só da ACATMAR” (E05). “A ACATMAR se destaca como ator da governança e surge como protagonista, liderando as ações de cooperação” (E06).

Embora haja consciência dos benefícios e vantagens da colaboração entre diferentes atores e instituições para impulsionar o desenvolvimento sustentável do setor, a pesquisa constatou que na prática, no segmento náutico de Florianópolis não ocorre esse movimento. A falta de investimentos para uma infraestrutura adequada, uma política pública para o setor náutico, um canal de informações apropriado e a resistência por parte dos cooperados para novas ideias, foram levantadas pelos entrevistados sobre a existência das ações de cooperação para o segmento náutico em Florianópolis.

## 4.1 Marketing

No que se refere às empresas que operam no segmento do turismo, as ações de cooperação possibilitam a promoção do destino turístico onde estão inseridas, assim como o desenvolvimento da economia local (Maior & Costa, 2006; Zharkenova, *et al.* 2023).

A pesquisa revela a quase inexistência de ações colaborativas no tocante ao marketing. Implicando no não aproveitamento de benefícios associados a cooperação territorial. A pesquisa revela que a cooperação ligada ao marketing tem como objetivo aumentar o volume de vendas, a promoção dos atrativos turísticos. Essa cooperação ocorre majoritariamente por meio de parcerias com empresas locais, como agências de viagens e restaurantes, potencializando a visibilidade e o alcance das ofertas, com objetivo de proporcionar experiências mais completas aos visitantes. Os respondentes apontam a ausência de um canal unificado de informações para os turistas e a falta de uma política municipal que ajude e facilite a promoção e a comercialização desses atrativos turísticos. Sobre as ações de cooperação ligadas as estratégias de marketing os respondentes afirmam que:

“As ações de promoção e marketing ocorrem de maneira individualizadas” (E04, E05). “Buscando parcerias com restaurantes, agências de viagens ou pousadas” (E01). “Faltam ações integradas entre os atores, participar em eventos. O Estado de Santa Catarina promove feiras de promoção turística e nos convida para fazer a divulgação, essas parcerias são importantes, mas são poucas.” (E03)

A ausência de uma estratégia comum pode comprometer a eficácia de esforços individuais. Há desafios na cooperação para a promoção com concorrentes diretos, mas os respondentes valorizam a importância da participação em feiras e eventos como uma estratégia para promover o destino turístico. Esses resultados compatibilizam com os encontrados em estudos anteriores que são identificados desafios e necessidades de melhoria na cooperação para a promoção do turismo (Golovkova & Yuhnovska, 2019; Silva *et al.*, 2020).

“Enfrentamos desafios significativos que impactam na expansão e na diversificação da oferta de novos produtos. A ausência de infraestrutura mínima e capacitação adequada limita nossa capacidade de inovar.” (E01). “Não há uma liderança coesa para gerar diversificação efetiva, há uma ausência de cooperação entre o setor público e o privado” (E07). “Participamos ativamente de feiras e eventos, buscando

fortalecer o nosso setor. ACATMAR, Convention e SETUR são entidades fundamentais promovendo ações de destaque, porém, não há uma política estruturada de promoção e marketing” (E01).

## 4.2 Transferência de conhecimento

A transferência de conhecimento nas organizações é o processo pelo qual um grupo, uma unidade ou uma divisão é afetado pela experiência do outro (Agote & Ingram, 2000). Esse processo pode se dar de forma unilateral ou multidirecional, pois mesmo o menor ou o menos experiente integrante pode deter algum conhecimento que é importante para os demais membros do cluster.

Os resultados indicam que a transferência de conhecimento no segmento náutico de Florianópolis ocorre por meio de diversas estratégias e iniciativas colaborativas como cursos e feiras. Os entrevistados destacam a participação em cursos especializados, organizados por organizações de suporte como a ACATMAR e o Sebrae. Bem como a participação em feiras e eventos promovendo o intercâmbio de conhecimento com entidades de outros países.

“Buscamos o aprimoramento por meio de cursos especializados, liderados pela ACATMAR, e parcerias estratégicas com o Sebrae, consultorias especializadas e a Marinha do Brasil” (E02). “Também buscamos conhecimento participando em feiras e eventos, promovendo o intercâmbio com entidades de outros países, mas temos uma lacuna na transferência de conhecimento por parte da academia, ausência de ações efetivas da Prefeitura e a falta de uma governança ativa” (E06).

Em relação ao papel da proximidade geográfica no processo de transferência de conhecimento, os entrevistados concordam que a proximidade desempenha um papel fundamental na troca constante de experiências e conhecimento, pois permite que as empresas compartilhem informações de maneira ágil e eficiente. Entretanto, percebe-se que o compartilhamento territorial não é por si só suficiente para promover a integração produtiva das empresas dentro do cluster. No segmento náutico de Florianópolis destacou-se a falta de cooperação em relação a troca de conhecimento entre as empresas deste segmento. Barreiras culturais, capacitação limitada de profissionais e descontinuidade dos agentes públicos são mencionados como obstáculos adicionais que dificultam a transferência efetiva de conhecimento e experiências entre os membros do cluster.

“Empresas operando em locais próximos têm a oportunidade de compartilhar informações de maneira ágil, aproveitando a facilidade proporcionada pela localização. Mas a falta de cooperação para efetivar a troca de conhecimento é notável” (E02). “Percebo que a cooperação entre os membros ocorre geralmente quando nos deparamos com dificuldades coletivas, enfrentadas por todos” (E08).

Em um novo projeto para desenvolver a cooperação, os membros do cluster podem estar interessados em contribuir inicialmente. Porém, à medida que o trabalho avança e os resultados tornam-se incertos, muitos membros podem adotar uma abordagem mais reticente. Isso porque há receio de algumas empresas em compartilhar informações, devido ao medo do uso indevido por parte dos concorrentes. Segundo os entrevistados, as empresas estão mais dispostas a colaborar quando percebem que as recompensas superam os custos e os riscos envolvidos na colaboração.

### 4.3 Barreiras à cooperação

A colaboração interorganizacional enfrenta desafios relacionados à falta de recursos, pessoal e tempo para dedicar-se à cooperação (Amaral, 2014; Tomazzoni & Costa, 2015; Bozhko *et al.*, 2021). Neste contexto pequenas empresas, que podem ter dificuldades em justificar o investimento de tempo e recursos em atividades colaborativas sem ver benefícios imediatos. Além disso, o excesso de burocracia e as questões financeiras podem dificultar a cooperação, e a falta de comunicação e interação entre os atores do setor turístico é uma barreira significativa. A ausência de diálogo entre autoridades e empresariado, a falta de uma infraestrutura adequada e também de políticas públicas voltadas para o setor náutico são questões limitadoras para o desenvolvimento da cooperação. Sobre as barreiras a cooperação os entrevistados destacam que:

“A cidade, mesmo cercada pelo mar, parece ter suas costas viradas para essa riqueza potencial” (E07). “O interesse individual sobrepondo-se ao propósito coletivo e o excesso de burocracia são desafios que enfrentamos diariamente” (E04).

#### 4.4 Discussão dos resultados

A análise dos resultados encontrados em Florianópolis evidencia desafios que não se restringem ao contexto local, mas se alinham a barreiras já identificadas em estudos internacionais sobre o turismo náutico. Jovanovic *et al.* (2013), ao investigarem a realidade da Sérvia, ressaltaram que fatores estruturais, interpessoais e intrapessoais podem atuar como elementos de desmotivação para o turista, sendo a ausência de informação e de articulação institucional os entraves mais significativos. De forma semelhante, este estudo identificou que a falta de políticas públicas específicas, a fragilidade da cooperação interorganizacional e a resistência empresarial à inovação comprometem a consolidação do segmento náutico em Florianópolis.

Os achados locais apontam que a ausência de liderança eficaz e a baixa transferência de conhecimento são barreiras para o desenvolvimento do turismo náutico em Florianópolis. Esses achados corroboram com os estudos de Ivanić, Perić e Hadžić (2018) e Moreno e Otamendi (2017), e destacam que a competitividade desse segmento depende de estratégias de gestão que articulem cooperação e coordenação regional. Em Florianópolis, apesar do elevado potencial natural e cultural, a ausência de uma estratégia integrada compromete a consolidação do turismo náutico.

A pesquisa em Florianópolis aponta a necessidade de alinhar o turismo náutico a princípios de sustentabilidade, considerando dimensões econômicas, sociais e ambientais. Essa descoberta reforça a pertinência de analisar Florianópolis, e outros destinos náuticos, visando desenvolver políticas e práticas sustentáveis voltadas ao uso responsável do patrimônio natural e cultural e vai ao encontro da perspectiva da sustentabilidade no turismo náutico apresentada por Sousa Castel e Amaral (2017).

Pode-se constatar que a pesquisa em Florianópolis confirma tendências internacionais e contribui com o debate sobre o turismo náutico. Os entraves enfrentados em Florianópolis dialogam com barreiras identificadas em outros contextos reforçando a necessidade de políticas integradas e ações cooperativas que orientem o setor em direção à inovação e à sustentabilidade.

#### 4.5 Implicações práticas

Os resultados deste estudo apresentam implicações práticas para o fortalecimento do segmento náutico de Florianópolis. Em primeiro lugar, evidenciam a necessidade de uma governança mais robusta e participativa, capaz de articular de forma integrada o poder público, associações representativas, instituições de ensino e empresariado local. Embora entidades como a ACATMAR assumam protagonismo, a ausência de políticas públicas estruturadas e de uma liderança coesa compromete a eficácia da cooperação Inter organizacional, limitando os avanços em termos de competitividade e sustentabilidade do setor.

No campo do marketing, a pesquisa indica que ações individuais prevalecem sobre iniciativas coletivas, o que reduz o alcance da promoção do destino náutico e enfraquece o potencial de atração de turistas. Na prática, isso sugere a urgência de estratégias colaborativas de promoção e comunicação, como campanhas conjuntas, criação de um canal unificado de informações e maior participação integrada em feiras e eventos nacionais e internacionais. Tais medidas poderiam ampliar a visibilidade do destino, atrair novos públicos e gerar maior retorno econômico para a região (Lopes Souto Maior-Cabanne; Melo Silva Luft & França de Abreu, 2020).

Quanto à transferência de conhecimento, os dados destacam a relevância da proximidade geográfica para facilitar trocas de experiências, mas também revelam barreiras culturais e institucionais que dificultam a cooperação efetiva. Isso implica a necessidade de políticas e projetos que estimulem a aprendizagem coletiva, fortalecendo parcerias com universidades, centros de pesquisa e instituições de apoio como o SEBRAE. Incentivar programas de capacitação, feiras técnicas e projetos de inovação colaborativa pode contribuir para a difusão de boas práticas e elevar a qualificação do setor.

As barreiras à cooperação identificadas, como burocracia, faltam de recursos e predominância de interesses individuais, reforçam a importância de instrumentos de incentivo fiscal, linhas de financiamento específicas e regulamentações simplificadas, de modo a reduzir entraves e estimular a participação das pequenas e médias empresas no processo cooperativo. Considera-se também que, políticas públicas de longo prazo voltadas ao turismo náutico podem criar um ambiente mais confiável para os investimentos.

Acredita-se que o segmento náutico de Florianópolis pode avançar caso consiga alinhar esforços de cooperação entre os diferentes stakeholders, promovendo ações conjuntas em marketing, transferência de conhecimento e governança, de modo a potencializar os benefícios econômicos, sociais e ambientais do turismo náutico para a região.



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo investigou o segmento náutico de Florianópolis sob a perspectiva da teoria de cluster turístico, focando na cooperação entre as empresas e instituições do setor. Ao responder ao problema e objetivo da pesquisa constata-se que, no estágio atual, a cooperação interorganizacional contribui apenas parcialmente para a configuração de um cluster turístico náutico em Florianópolis. A ausência de governança integrada e de estratégias coletivas impede que essa cooperação se traduza em ganhos de competitividade, inovação e sustentabilidade.

Apesar de Florianópolis ser rica em diversidade cultural, beleza natural e potencial turístico são evidentes entraves ligados à escassez de infraestrutura náutica adequada, ausência de governança capaz de unificar os interesses dos diferentes stakeholders. Esses fatores fragilizam o segmento e limitam a competitividade do destino. Embora existam mecanismos de transferência de conhecimento, como redes de relacionamento e formação e participação em feiras, a cooperação muitas vezes ocorre de forma reativa e limitada, focada em ações pontuais ao invés de estratégias de longo prazo. A proximidade geográfica foi identificada como um facilitador na transferência de conhecimento, não se mostrou suficiente para superar barreiras culturais, assimetrias de capacitação e descontinuidade das ações do poder público, que reduzem a eficácia do compartilhamento de informações e práticas entre os atores.

Enquanto a literatura acadêmica defende que parcerias fortalecem a diversificação da oferta turística e aumentam a competitividade regional, o caso empírico evidencia limitações estruturais e culturais que comprometem a materialização desses benefícios. Esse fenômeno também é observado em outros destinos de turismo náutico que, embora inseridos em realidades socioeconômicas distintas enfrentam quase que os mesmos obstáculos à consolidação do turismo náutico.

O estudo destaca algumas lacunas na literatura, sobretudo no que se refere a compreender como diferentes stakeholders podem articular-se de forma efetiva para superar tais entraves. Nesse sentido, novas agendas de investigação poderiam explorar: (i) modelos de governança colaborativa aplicáveis ao turismo náutico; (ii) estratégias de comunicação capazes de reduzir barreiras informacionais entre oferta e demanda; (iii) indicadores específicos de sustentabilidade para mensurar os impactos integrados do segmento; e (iv) mecanismos de

inovação aberta que incorporem universidades, comunidades costeiras e startups na criação de soluções para o setor.

Diante do exposto considera-se necessário pensar sobre modelos de governança colaborativa adaptados a destinos de turismo náutico. Nesse sentido, a realidade de Florianópolis oferece lições relevantes para pesquisadores e gestores: mostra que o potencial de competitividade, inovação e sustentabilidade em destinos turísticos depende da capacidade de articular atores diversos em torno de uma visão estratégica comum.

## REFERÊNCIAS

- Agência Sebrae Santa Catarina. (2024, August 24). Turismo impulsiona a economia catarinense e Sebrae/SC amplia investimentos no setor. <https://sc.agenciasebrae.com.br/cultura-empresendedora/turismo-impulsiona-economia-catarinense-e-sebrae-sc-amplia-investimentos-no-setor>
- Amaral, M. C. (2014). Importância da cooperação e das redes no desenvolvimento do turismo: O caso do Baixo Alentejo (Portugal). *Tourism and Hospitality International Journal*, 2(1), 56-72.
- Argote, L., & Ingram, P. (2000). Knowledge transfer: A basis for competitive advantage in firms. *Organizational behavior and human decision processes*, 82(1), 150-169.
- Baldança, K. (2024). Turismo náutico e desenvolvimento regional: uma análise das potencialidades de Florianópolis [Dissertação de mestrado, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI].
- Baggio, R., Scott, N., & Cooper, C. (2010). Network science: A review focused on tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 802-827.
- Beni, M. C. (2012). Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters. Editora Manole.
- Borkowska-Niszczoła, M. (2015). Tourism clusters in Eastern Poland-analysis of selected aspects of the operation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 957-964.
- Bozhko, L. L., Leskova, L. G., & Mukumov, A. A. (2021). Prerequisites for the creation of a tourism cluster in the Kostanay region. *R-Economy*. 2021. Vol. 7. Iss. 2, 7(2), 111-122.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2021). Turismo em águas – texto base para discussão. Brasília/DF: MTUR, 2021. Available at <https://turismonautico.turismo.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/TURISMO-PELAS-AGUAS-Texto-Base-para-Discussao-2.pdf>
- Carner, F. (2001). “Encadenamientos generados por el sector turismo”, (document prepared for the Meeting of Experts on Tourism in Central America and the Caribbean: a conceptual vision, ECLAC, Mexico City, Mexico, October 11).
- Chim-Miki, A. F., Medina-Brito, P., & Batista-Canino, R. M. (2020). Integrated management in tourism: The role of coepetition. *Tourism Planning & Development*, 17(2), 127-146.
- Cunha, S. K. D., & Cunha, J. C. D. (2005). Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. *BAR-Brazilian Administration Review*, 2, 47-62.
- Doçaj, X., Domi, S., Terpollari, A., & Kadiu, E. (2018). Tourism Clusters, Characteristics, Principles and Developing Theory. *European Journal of Marketing and Economics*, 1(3), 39-43.

- Ferreira, J. J., & Estevas, C. (2009). Regional competitiveness of a tourism cluster: A conceptual model proposal. *Encontros científicos – Tourism & management studies*, 37-51.
- Figueiredo, M. Z., Chiari, B. M., & de Goulart, B. N. (2013). Discurso do Sujeito Coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa quali-quantitativa. *Distúrbios da Comunicação*, 25(1).
- Flores, S. S., Farias, C., Andrade, G., & Russi, M. T. (2016). Competitive and innovation factors in wine tourism clusters: A comparative study between consolidated and emerging regions in Brazil and Uruguay/Factores de competitividad e innovación en clusters enoturísticos: Un estudio comparativo entre las regiones consolidadas y emergentes en Brasil y Uruguay. *BIO Web of Conferences* (Vol. 7, p. 03024). EDP Sciences.
- Flórez, J. S. O., Cancino, S. E., & Escalante, G. O. C. (2020). Potencialidad del clúster turístico en el municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia. *Anuario Turismo y Sociedad*, (26), 111-125.
- Golovkova, L. S., & Yuhnovska, Y. O. (2019). The development of the tourist sphere of Ukraine and Zaporizhzhya region based on the cluster approach. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 28(4), 640-648.
- Goode, W. J. & Hatt, P. K. (1979). Métodos em pesquisa social. 7.ed. São Paulo: Ed. Nacional.
- Gorbunov, A. P., Burnyasheva, L. A., & Gazgireeva, L. H. (2017). The Republic of Crimea: Tourist cluster as an organizational-Economic management mechanism for the formation and development of innovative potential. *ВЕСТНИК*, 182.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*. 19 (4), 293-317.
- Hernández-Barahona, J., Mateo, T., Gil-López, Á., & San Román, E. (2023). Collective Entrepreneurship in the Spanish Hotel Industry: The Internationalization of a Domestic Cluster. *Collective Entrepreneurship in the Contemporary European Services Industries: A Long Term Approach* (pp. 11-28). Emerald Publishing Limited.
- Hoffmann, S., Deppisch, T., Fontanari, M., & Traskevich, A. (2023). Creating cooperative value for destination resilience. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101160.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021). Produto Interno Bruto dos Municípios de 2021. Rio de Janeiro: IBGE. Available at: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/pesquisa/40/78187?tipo=ranking&indicador=78199>
- Inkpen, A. C., & Tsang, E. W. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165.
- Ivanić, K., Perić Hadžić, A., & Mohović, Đ. (2018). Nautical tourism: Generator of Croatian economy development. *Pomorstvo*, 32(1), 59-66.

- Jackson, J. (2006). Developing regional tourism in China: The potential for activating business clusters in a socialist market economy. *Tourism Management*, 27(4), 695-706.
- Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. (2005). Innovations in measuring economic impacts of regional festivals: A do-it-yourself kit. *Journal of travel research*, 43(4), 360-367.
- Jin, X., Weber, K., & Bauer, T. (2012). Impact of clusters on exhibition destination attractiveness: Evidence from Mainland China. *Tourism Management*, 33(6), 1429-1439.
- Jovanovic, T., Dragin, A., Armenski, T., Pavic, D., & Davidovic, N. (2013). What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(8), 858-872.
- Lefèvre, F., & Lefèvre, A. M. C. (2003). O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). *O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos)* (pp. 256-256).
- Lefevre, F., & Lefevre, A. M. C. (2006). O sujeito coletivo que fala. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, 10, 517-524.
- Lins, H. N. (2000). Florianópolis, cluster turístico?. *Revista Turismo em análise*, 11(2), 55-70.
- Lipianin-Zontek, E., & Zontek, Z. (2017). Co-operation between tourism enterprises as the source of new tourism product creation. *ToSEE–Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 307-319.
- Lopes Souto Maior-Cabanne, C., Melo Silva Luft, M. C., & França de Abreu, A. (2020). ECONOMÍA COLABORATIVA EN TURISMO Estudio comparativo de modelos de negocio entre empresas tradicionales y de turismo colaborativo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 690-708.
- Maior, A. P. S., & Costa, H. A. (2006). Sistemas produtivos locais em turismo: relacionamentos estratégicos e aglomeração territorial como vantagens competitivas. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 1(1).
- Martins, C., Fiates, G. G. S., Mussi, C., Casagrande, J. L., & Nagaoka, M. D. P. T. (2022). Ações coletivas entre agentes dos clusters de turismo e de tecnologia de Florianópolis/SC: uma análise dos condicionantes de governança territorial. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, (12), 26.
- Miller, M. M., & Gibson, L. J. (2005). Cluster-based development in the tourism industry: putting practice into theory. *Applied Research in Economic Development*, 2(2), 47-63.
- Mirčetić, V., Vukotić, S., & Cvijanović, D. (2019). The concept of business clusters and its impact on tourism business improvement. *Економика пољопривреде*, 66(3), 851-868.

- Moreno, M. J., & Otamendi, F. J. (2017). Fostering nautical tourism in the Balearic Islands. *Sustainability*, 9(12), 2215.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism management*, 27(6), 1141-1152.
- Pakhalov, A. M., & Saks, D. G. (2020). Networking of Small Tourist Destinations: Evidence from Russia. In Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era: Sixth International IACuDiT Conference, Athens 2019 (pp. 381-391). *Springer International Publishing*.
- Patton, M. Q. (2005). Qualitative research. *Encyclopedia of statistics in behavioral science*. John Wiley Sons, Ltd.
- Perles-Ribes, J. F., Rodríguez-Sánchez, I., & Ramón-Rodríguez, A. B. (2017). Is a cluster a necessary condition for success? The case of Benidorm. *Current Issues in Tourism*, 20(15), 1575-1603.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. Boston: *Harvard Business Review*.
- Prefeitura Municipal de Florianópolis. (2022). Secretaria de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico. Edital de credenciamento: novas atividades de turismo náutico envolvendo embarcações no município de Florianópolis. Florianópolis, 2022, 9p. Available at [https://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/10\\_02\\_2022\\_15.58.12.750d5e27e1628f2419aefa938e71455e.pdf](https://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/10_02_2022_15.58.12.750d5e27e1628f2419aefa938e71455e.pdf)
- Presenza, A., & Cipollina, M. (2010). Analysing tourism stakeholders networks. *Tourism Review*, 65(4), 17-30.
- Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing business clusters into the mainstream of economic development. *European planning studies*, 5(1), 3-23.
- Roslyakova, N., & Dorofeyeva, L. (2023). Environmental tourism potential of the Arctic regions of Russia. *E3S Web of Conferences* (Vol. 378, p. 06019). EDP Sciences.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (2005). Métodos de pesquisa nas relações sociais: medidas na pesquisa social. São Paulo: EPU.
- Silva, D. L. B. D., Hoffmann, V. E., & Costa, H. A. (2020). Confiança em redes de cooperação do turismo: análise de seu papel e elementos vinculados em Parnaíba, Piauí, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14, 9-29.
- Sohn, A. P. L., Silvestrini, C., Fiuza, T. F., Limberger, P. F. (2017). Os elementos que caracterizam o Cluster Turístico. *Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo*, 11(1), 154-174.
- Sohn, A. P., & Beni, M. C. (2023). Tourism cluster: concepts, characteristics and models of analysis. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 17, e-2798.

- de Sousa Castel, H. M. P., & Amaral, B. (2017). A Importância do Turismo Náutico Para a Ilha do Faial (Master's thesis, Instituto Politecnico de Viseu (Portugal)).
- Speldekamp, D., Saka-Helmhout, A., & Knobens, J. (2020). Reconciling perspectives on clusters: An integrative review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 22(1), 75-98.
- Teixeira, F. R., Vieira, F. D., & Mayr, L. R. (2019). Turismo de Base Comunitária: uma abordagem na perspectiva da análise de clusters. *Turismo: Visão e Ação*, 21(2), 02-21.
- Tomazzoni, E. L., & Costa, J. S. (2015). Ações estratégicas e visões dos atores do cluster de turismo da cidade de São Paulo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 9(1), 3-21.
- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.
- Varela, D. M., de Souza Ferraz, S. F., & Paiva, L. E. B. (2021). REDE DE COOPERAÇÃO INTERORGANIZACIONAL NO TRADE TURÍSTICO DE TARRAFAL DE SANTIAGO (CABO VERDE). *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 12(1).
- Vergara, S. C. (2006). Projetos e relatórios de pesquisa. São Paulo: Atlas, 34, 38.
- Verschoore Filho, J. R. S. (2006). REDES DE COOPERAÇÃO INTERORGANIZACIONAIS: A Identificação de Atributos e Benefícios para um Modelo de Gestão. (Tese de doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Repositório da Universidade Federal do Rio Grande do Sul <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/6567>
- Vieira, D. P., Reyes, E., & Vásquez, P. L. A. (2023). A influência dos relacionamentos interorganizacionais no desempenho de empresas hoteleiras—evidências de destinos peruanos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 17, e-2739.
- Zharkenova, B., Mukanov, A., Mussina, K., Mutaliyeva, L., Sagatbayev, Y., & Pashkov, S. (2023). Branding of tourist cluster systems: case of Almaty Mountain cluster in the Republic of Kazakhstan. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 1152-1164.
- Shin, H. H., Kim, J., & Jeong, M. (2023). Memorable tourism experience at smart tourism destinations: Do travelers' residential tourism clusters matter?. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101103.
- Pan, X., Rasouli, S., & Timmermans, H. (2021). Investigating tourist destination choice: Effect of destination image from social network members. *Tourism Management*, 83, 104217.
- Orlov, A. K., & Kankhva, V. S. (2021). Lean construction concept used to develop infrastructure facilities for tourism clusters. *Buildings*, 12(1), 23.

Tsviliy, S. M., Ogloblina, V. O., Demko, V. S., Pavliuk, A. A., & Pisetskyi, M. M. (2023). Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 946-961.

Kataya, A. (2021). Theoretic issues on the role of tourism clusters in regional development. *Revista de Management Comparat Internațional*, 22(3), 321-337.

---

#### FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

Baldaca, K. *et al.* (2025). Cooperação no turismo náutico sob a perspectiva de cluster: estudo a partir de Florianópolis (SC), Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 13(3), 1178-1201. DOI 10.21680/2357-8211.2025v13n3ID39810

---