

RESORT, OCIO Y ORGANIZACIÓN

Relaciones estratégicas

Marcos Aguiar Barbosa
Hélder Ferreira Isayama
Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte – MG – Brasil

Considerando la necesidad de analizar el ocio en los emprendimientos hoteleros, este trabajo se dedica a hacerlo centrándose en las estrategias organizacionales. El objetivo de la investigación fue realizar una revisión bibliográfica de los trabajos brasileños sobre el ocio en los resorts de acuerdo con la perspectiva de la estrategia organizacional de forma de identificar cómo se comprende, se trata y se desarrolla en estos emprendimientos. El estudio demuestra la complejidad de los ambientes de negocio y organizacional en los cuales están inmersos los resorts y, por consiguiente, el ocio. La coyuntura social y económica, el mercado consumidor, los inversores, la naturaleza del negocio, la administración de cada organización y las alianzas estratégicas establecidas mostraron una intrincada red de relaciones que influye decisivamente en la participación del ocio en las estrategias organizacionales de los emprendimientos.

PALABRAS CLAVE: ocio, resort, estrategia, organización.