



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Marketing, qualidade e sustentabilidade: análise da produção científica do Encontro Nacional de Turismo com Base Local – ENTBL nos anos de 2004 e 2005¹

Antônio João Hocayen-da-Silva²

Faculdade de Administração de Nova Andradina – FANA

José Manoel Gândara³

Universidade Federal do Paraná – UFPR

Resumo

Buscou-se com o presente artigo apresentar um quadro geral da produção científica na área de turismo com base nos dados levantados em 95 artigos publicados nos anais do ENTBL, entre 2004 e 2005, nos seguintes temas: (i) marketing; (ii) qualidade; e (iii) sustentabilidade. As variáveis analisadas em cada artigo foram: (i) número de autores por artigo; (ii) instituição e Estado de origem dos autores; (iii) proporção de trabalhos teóricos e empíricos; e (iv) método e estratégia de pesquisa. Verificou-se que a média de autores por artigo vem crescendo. A maioria enquadrou-se como teórico-empírico. Dos artigos teórico-empírico, aproximadamente 82% utilizou o método qualitativo, com o predomínio do estudo de caso (90%) como estratégia de pesquisa; porém, o uso do método quantitativo vem crescendo. Três instituições se destacaram como as mais prolíficas, com aproximadamente 40% dos artigos publicados no período.

Palavras-chave: Produção Científica; Turismo; Marketing; Qualidade; Sustentabilidade.

Introdução

Observa-se, nos últimos anos, um grande esforço dos pesquisadores em elaborar um balanço crítico das publicações científicas em diferentes disciplinas com o interesse de avaliar a qualidade dos trabalhos que são produzidos no Brasil. Normalmente esses estudos caracterizam-se por buscar a classificação dos procedimentos metodológicos, do referencial teórico, do número de autores por artigo, do número de artigos por unidade federativa, do

¹ Trabalho apresentado ao GT – Outras Interfaces do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

² Mestrado em Administração pelo Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná – CEPPAD/UFPR, professor da Faculdade de Administração de Nova Andradina – FANA/MS. E-mail: hocayen@yahoo.com.br

³ Professor Doutor do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: jmgandara@yahoo.com.br

número de artigos por instituições de ensino e da base epistemológica. Trabalhos dessa natureza visam levantar algumas conclusões em relação a determinados campos do conhecimento ou disciplinas, sendo dessa forma intitulados meta-estudos.

Contudo, muitas áreas ainda não foram contempladas e outras foram abordadas de forma superficial, como é o caso da área de turismo. Sendo assim, visando contribuir de forma restrita com o preenchimento dessa lacuna, buscou-se, por meio deste artigo, apresentar um quadro geral da produção científica na área, com base em dados levantados a partir dos artigos publicados nos anais do Encontro Nacional de Turismo com Base Local – ENTBL, levando-se em consideração o período entre os anos de 2004 (deste ano foram analisados apenas artigos da pós-graduação) a 2005.

Para tanto, foram selecionados os artigos que estavam relacionados aos temas de marketing, qualidade e sustentabilidade, sendo investigadas as seguintes categorias analíticas: (i) número de autores por artigo; (ii) idioma do artigo; (iii) nacionalidade dos autores; (iv) instituição de origem dos autores; (v) Estado de origem dos autores; (vi) tipo de pesquisa; (vii) método de pesquisa; e (viii) estratégia de pesquisa.

Tal estudo justifica-se em função do reduzido número de pesquisas empíricas que buscaram avaliar as situações qualitativa e quantitativa da produção científica na área de turismo no meio acadêmico/científico brasileiro. O trabalho contribui ainda para a apresentação dos caminhos que estão sendo percorridos pelos pesquisadores, bem como as tendências que poderão ser adotadas em futuras pesquisas da área.

Após esta breve introdução, contendo o objetivo e a justificativa do estudo, é apresentada a fundamentação teórica sobre os temas abordados e um estado da arte com trabalhos relacionados à avaliação da produção científica em diferentes áreas. Posteriormente, são discutidos os procedimentos metodológicos. Por fim, têm-se os resultados e as considerações finais do estudo, com as devidas propostas para futuras pesquisas.

Conceitos Teóricos

Kotler (1997) estabelece que o termo marketing pode ser entendido como um processo social e administrativo que possibilita aos indivíduos e seus grupos obterem o que necessitam e desejam por meio da produção e troca de produtos, serviços e valores com outros indivíduos. Com o uso das ferramentas de marketing busca-se conhecer e compreender profundamente os clientes de modo que produtos e serviços sejam adaptados aos seus interesses.

No turismo e hospitalidade o conceito de marketing pode ser compreendido como uma

maneira de negociar que está centrada no cliente. Esta orientação para o cliente deve difundir-se por toda a organização, atendo-se ao objetivo principal do marketing em hospitalidade que seria a satisfação dos clientes (MIDDLETON, 2002).

De acordo com Kotler (1997), no marketing dirigido à hospitalidade e ao turismo, os serviços possuem as seguintes características: (i) *Intangibilidade* – tangibilizar o intangível; (ii) *Inseparabilidade* – tudo faz parte do produto; (iii) *Heterogeneidade* – os serviços se produzem e consomem ao mesmo tempo; e (iv) *Caráter Perecível* – os serviços não podem ser estocados.

Desse modo, Kotler (1997) defende que a chave para atingir as metas organizacionais consiste em determinar as necessidades e desejos do mercado-alvo e a partir daí oferecer as satisfações desejadas de forma mais efetiva e eficiente que os concorrentes, visando criar diferenciais competitivos para a organização.

Dentro desse conceito podem ser encaixados os destinos turísticos que são definidos como lugares com alguma forma de fronteira real ou percebida, que geram benefícios significativos para a comunidade, como a geração de emprego em função da criação de novas indústrias e a contratação de profissionais de apoio, e essas organizações tornam-se novas fontes de impostos, movimentando a economia do setor público e estimulam às exportações de produtos confeccionados pela comunidade do próprio destino (KOTLER, 1997).

O marketing é visto como um importante aliado no processo de gestão de destinos turísticos, pois, está relacionado ao processo de criação, divulgação e consolidação da marca do destino, ao sistema de gestão do serviço de informação e da hospitalidade no destino e às atividades básicas de organização e direção do destino, visando garantir sua funcionalidade (EJARQUE, 2005).

Corroborando, Valls (2004) afirma que para os destinos turísticos o marketing tem um importante papel no processo de análise dos dados de mercado, a saber: (i) Elaboração de experiências que busquem os turistas; (ii) Ajuste da oferta; (iii) Seleção dos canais de comercialização e dos instrumentos de comunicação do destino; e (iv) Fomento da busca de sugestões e queixas. Fatores que tendem a tornar as atividades do destino turístico mais eficientes e assim garantir sua sustentabilidade no mercado.

Conseqüentemente, a sustentabilidade pode ser compreendida como a base da competitividade de um destino turístico e projeta-se em todas as fases do ciclo de vida do destino por meio de três atributos direcionados à comunidade local, que são: (i) Equilíbrio populacional e da identidade cultural; (ii) Desenvolvimento econômico e social; e (iii) Manutenção do valor do território, do patrimônio e dos atrativos de acordo com a capacidade

de carga (ambiental, sócio-cultural e econômica) de cada território (VALLS, 2004).

Para garantir a sustentabilidade de um destino turístico, a qualidade de seus produtos e serviços torna-se um atributo essencial, que deve ser constantemente perseguido por todos os atores sociais envolvidos, direta e indiretamente, no processo de gestão do destino turístico. Sendo assim, conforme salienta Dávila (2002), a qualidade em serviços possui duas dimensões básicas, que são: (i) Qualidade técnica; e (ii) Qualidade funcional. A qualidade técnica é importante atributo que se baseia nas soluções técnicas, nos equipamentos, nos sistemas informatizados, nos conhecimentos e nas experiências. A qualidade funcional, a troca, se fundamenta nas atitudes, nas relações internas, no comportamento, na consciência do serviço da organização, na aparência, na acessibilidade e no contato com os clientes.

Para garantir essa qualidade, Valls (2000) estabelece que os gestores devem focar uma gestão por processos, priorizando a redução contínua de custos, o desenvolvimento de mecanismos de controle como prevenção de possíveis falhas no processo, a promoção de terceirizações com um certo padrão de qualidade e os benefícios advindos da fidelização. Assim, por meio de ações de marketing eficientes, esses atributos possibilitam garantir a qualidade dos produtos e serviços disponibilizados ao mercado por um destino turístico e, conseqüentemente, promover a sua sustentabilidade (econômica, financeira, ambiental, social, cultural e política) no mercado.

A seguir é apresentado estado da arte com estudos que buscaram analisar a produção científica em diferentes áreas do conhecimento, visando avaliar a qualidade dos trabalhos e também mapear os caminhos científicos que estão sendo percorridos por pesquisadores brasileiros no campo de Ciências Sociais Aplicadas.

Estado da Arte em Avaliação de Produção Científica

A avaliação da produção científica brasileira teve início com o trabalho desenvolvido por Machado-da-Silva, Cunha e Amboni (1990), que buscaram, por meio da análise de artigos da área de organizações publicados entre 1985 e 1989, demonstrar a necessidade de se avaliar a produção científica brasileira. Os autores concluíram que tais trabalhos apresentaram uma certa carência em relação ao referencial teórico adotado, com a predominância de citações estrangeiras. Metodologicamente, eram limitados em função do baixo rigor das estratégias de pesquisa adotadas. Para Machado-da-Silva, Cunha e Amboni (1990), esses dados chamaram a atenção para o fato de que, ainda que a produção científica na área de organizações tivesse apresentado uma evolução quantitativa, qualitativamente não demonstrou grandes avanços.

Seguindo essa tendência, Hoppen et al (1998) avaliaram as publicações científicas

brasileiras da área de sistema de informação entre os anos de 1990 e 1997. Concluíram que era grande a proporção de ensaios teóricos, com cerca de 41% dos trabalhos. Dentre os trabalhos empíricos, houve a predominância das estratégias de pesquisa de estudos de caso e *survey*, que juntas representaram 72% do total. No entanto, os autores ressaltaram a baixa qualidade dos trabalhos desenvolvidos na área, em virtude da descrição incompleta dos procedimentos metodológicos utilizados, da inexistência de validação dos instrumentos de pesquisa e da não explicação dos procedimentos de operacionalização da base teórica adotada.

Froemming et al (2000) realizaram um inventário das características metodológicas básicas da produção científica da área de marketing na década de 90 (até o ano de 1998). Os autores identificaram que 41% dos artigos eram de natureza exploratória, 53% de natureza descritiva e 6% exploraram relações de causalidade. Em relação ao método de pesquisa, 76,12% eram *surveys*, 20,90% qualitativos, e 2,99% experimentos, 91,79% dos artigos apresentaram a justificativa do estudo, 67,16% não descreveram as hipóteses e os pressupostos de base, 85,07% dos artigos não apresentaram o modelo de pesquisa utilizado, 72,39% não demonstraram os métodos de operacionalização das variáveis e 88,81% apresentaram os procedimentos metodológicos.

Focando recursos humanos, Caldas, Tonelli e Lacombe (2002) analisaram os artigos publicados no Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ENANPAD na década de 90. Os autores identificaram que 76% dos artigos adotaram o paradigma funcionalista, 15% o interpretacionista, 9% o humanista radical e apenas 1 artigo adotou o paradigma estruturalista radical. Quanto à abordagem, 16% eram teóricos e 84% eram teórico-empírico, dos quais 40% eram qualitativos, 23% quantitativos e 37% quali-quantitativo. Os autores concluíram que a pesquisa na área cresceu em quantidade, e não em qualidade, com predominância de literatura estrangeira e concentração em um conjunto limitado de autores e programas.

Mais recentemente, Cardoso, Mendonça Neto e Sakata (2005) analisaram as características metodológicas, a evolução e a temática das publicações científicas em contabilidade, bem como a produção de seus autores. Identificaram 75 diferentes estratégias de pesquisa, dentre as quais 33,3% eram laboratório, 26,7% observação, 14,7% empírico-descritiva, 13,3% estudo de caso, 10,7% pesquisa de campo e 1,3% bibliográfica. Em relação à temática abordada, observou-se que 46,6% estavam ligadas à área de contabilidade de custos e contabilidade gerencial, 16,7% abordaram contabilidade e mercados de capital, 16,6% contabilidade pública e tributária e 6,7% orçamento. Os pesquisadores concluíram que os autores nacionais da área contábil apresentaram uma produção menor do que a produção

internacional, além da concentração de publicações entre poucos autores.

Na área de administração pública e gestão social, Fleury et al (2003), analisando os artigos publicados na RAP no período de 1992 a 2002, buscaram mapear o perfil dos autores e o perfil do conteúdo dos artigos. Quanto ao perfil dos autores, identificaram que somente 10,5% dos artigos representaram publicação conjunta entre professor e aluno, 63,7% dos artigos foram publicados por homens, 93,2% dos autores eram brasileiros, 55,2% dos autores eram mestres e doutores, 54,0% dos trabalhos foram publicados por instituições de natureza pública e os Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo dominaram cerca de 58,0% das publicações na área. Quanto ao conteúdo dos artigos, observou-se que 83,0% dos textos continham de 5 a 25 páginas, 62,6% dos trabalhos foram escritos por somente um autor e o estudo de caso foi a estratégia de pesquisa utilizada por 32,0% dos artigos.

Seguindo a tendência de avaliação da produção científica em diferentes áreas do conhecimento, buscou-se com o presente estudo avaliar os indicadores da pesquisa científica na área de turismo. Os procedimentos metodológicos para tal realização são expostos a seguir.

Procedimentos Metodológicos

De acordo com seu objetivo, este estudo pode ser classificado como descritivo, uma vez que busca descrever processos, mecanismos e relacionamentos existentes na realidade do fenômeno estudado, utilizando-se, para tanto, um conjunto de categorias ou tipos variados de classificações (NEUMAN, 1997). Castro (1978, p. 66) enfatiza que uma pesquisa de cunho descritivo “se limita a uma descrição pura e simples de cada uma das variáveis isoladamente, sem se preocupar com as interações entre elas”. Caracteriza-se como um estudo quantitativo, no qual os resultados são quantificados e apresentados por meio de medidas objetivas que contribuem para a confiabilidade do estudo e permitem estabelecer conclusões seguras (GODOY, 1995).

A estratégia utilizada foi a pesquisa documental, em que foram analisados os artigos referentes aos temas marketing, qualidade e sustentabilidade publicados no ENTBL. Moreira (2005) salienta que a pesquisa documental caracteriza-se como um processo de levantamento, verificação e interpretação de documentos tendo como objetivo um fim pré-determinado que, conforme observam Marconi e Lakatos (1990), pode ser efetuada ao longo dos anos, haja vista que as informações estarão arquivadas nos referidos documentos.

O ENTBL foi selecionado como base de dados da área em virtude de sua classificação, “A”, no sistema Qualis da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Foram identificados 504 artigos entre 2004, deste ano foram analisados apenas os

artigos da pós-graduação, e 2005 no ENTBL, distribuídos em 13 diferentes grupos de trabalho, a saber: (i) Turismo de Inclusão – Responsabilidade Social e Desenvolvimento Local; (ii) Modelos de Gestão Participativa no Turismo; (iii) Estratégias, Políticas, Programas e Ações Governamentais para o Turismo; (iv) Turismo, Gestão Ambiental, Certificação e Sustentabilidade; (v) Turismo, Patrimônio e Manifestações Culturais; (vi) Ecoturismo Educação Ambiental e Conservação da Natureza; (vii) Regionalização do Turismo Brasileiro; (viii) Turismo Rural e Agricultura Familiar; (ix) Turismo em Espaço Urbano; (x) Turismo Formação e Docência; (xi) Infra-estrutura, Equipamentos e Serviços Turísticos; (xii) Empregabilidade, Hospitalidade e Gastronomia; e (xiii) Turismo e Religiosidade, o Sagrado e o Profano.

Foram definidos como critérios de seleção os termos marketing, qualidade e sustentabilidade, a partir disso, foram analisados neste estudo 95 artigos que atenderam aos critérios, sendo 57 artigos no ano de 2004 e 38 artigos no ano de 2005. Nos 95 artigos selecionados, foram avaliadas as seguintes categorias analíticas: (i) número de autores por artigo; (ii) idioma do artigo; (iii) nacionalidade dos autores; (iv) instituição de origem dos autores; (v) Estado de origem dos autores; (vi) tipo de pesquisa; (vii) método de pesquisa; e (viii) estratégia de pesquisa.

Após a verificação das categorias analíticas nos 95 artigos selecionados no ENTBL, os dados foram tabulados e analisados com o apoio do programa *Microsoft Excel*®. Esses dados estão dispostos em valores absolutos e percentuais, divididos em dois períodos: (i) 2004; e (ii) 2005. Sendo assim, a seguir estão descritos e discutidos os resultados obtidos com a investigação.

Descrição e Análise dos Dados

Na Tabela 1, é apresentada a distribuição anual de artigos científicos publicados na área de turismo relacionados aos temas marketing, qualidade e sustentabilidade. Observa-se uma redução significativa no número de artigos de 2004 para 2005, sendo que nos dois anos o tema sustentabilidade se destacou em relação aos outros dois. Dos 95 artigos analisados, aproximadamente 75% tiveram como objeto de estudo o tema sustentabilidade, aplicado em diferentes campos da área de turismo.

A redução no número de artigos publicados em relação aos temas adotados pelo estudo possivelmente justifica-se pelo decréscimo no número de artigos publicados no evento de um ano para o outro, pois, em 2004 foram cerca de 311 artigos (apenas artigos de pós-graduação) e em 2005 cerca de 193. Tal diminuição no volume total de artigos pode ter ocorrido em

decorrência de um aumento na rigidez dos avaliados para analisar e selecionar trabalhos científicos para o evento.

Tabela 1: Artigos publicados sobre os temas entre 2004 e 2005.

Temas	Período		Total Área
	2004	2005	
Marketing	6	2	8
Qualidade	9	7	16
Sustentabilidade	42	29	71
Total Ano	57	38	95

Fonte: Dados primários da pesquisa.

Dos artigos analisados, cerca de 98,95% (94 artigos) dos textos foram publicados em português e somente um dos artigos foi publicado em espanhol. Não foram encontrados artigos publicados em inglês. De acordo com os dados, observa-se que o artigo publicado em espanhol é do ano de 2004. Quanto aos autores, foi realizada uma divisão entre os que eram de origem nacional e os de origem estrangeira, sendo que em relação aos temas pesquisados, constatou-se que todos os artigos foram produzidos por pesquisadores brasileiros. Não foram encontrados nem mesmo co-autores estrangeiros. Esse fato pode indicar que os pesquisadores brasileiros que estudam um dos três temas abordados apresentam baixo relacionamento com pesquisadores externos e/ou instituições estrangeiras.

No tocante ao número de autores por artigo, observou-se que cerca de 36,84% do total de artigos foram publicados por somente um autor, sendo que no ano de 2004 esse percentual atingiu o índice de aproximadamente 42,11% do total de trabalhos. Na seqüência, encontram-se os artigos com dois autores, que representam 35,79% das publicações analisadas. Artigos com três autores representam 15,79% do total. Somente no ano de 2005 não foi observado o predomínio de artigos publicados por apenas um autor, visto que nesse período ocorreu maior incidência de trabalhos com dois autores, cerca de 34,21% do total no ano. No ano de 2004 não foram identificados artigos com cinco autores e no ano subsequente foram apresentados três artigos com cinco autores.

Tabela 2: Número de autores por artigo.

Nº Autores	Período					
	2004		2005		Total	
1	24	42,11%	11	28,95%	35	36,84%
2	21	36,84%	13	34,21%	34	35,79%
3	7	12,28%	8	21,05%	15	15,79%
4	4	7,02%	2	5,26%	6	6,32%
5	-	-	3	7,89%	3	3,16%
6	1	1,75%	1	2,63%	2	2,11%
Total Artigos	57		38		95	

Média	1,91	2,37	2,09
-------	------	------	------

Fonte: Dados primários da pesquisa.

Como pode ser visto na Tabela 2, o número médio de autores por artigo vem crescendo no período analisado. Comparando-se o número de autores que colaboraram na produção de artigos na área de turismo com os dados encontrados em outras áreas (BERTERO; VASCONCELOS; BINDER, 2003; FLEURY et al, 2003; VIEIRA; 2003), pode-se observar que tal área tende a apresentar um maior número de autores que trabalham individualmente ou no máximo em dupla. Tal fato pode ser visto como não muito positivo, pois a produção de artigos científicos em conjunto com outros pesquisadores pode contribuir para a troca de experiência e para uma elevação na qualidade dos trabalhos, uma vez que os autores podem apresentar conhecimentos e interesses de pesquisa complementares.

No geral, conforme apresentado na Tabela 2, a média de autores por artigo foi de 2,09, permanecendo consideravelmente próxima nos três períodos, sendo menor (1,91) no ano de 2004 e maior (2,37) em 2005. Como em outras áreas do conhecimento, na qual a colaboração vem crescendo (BERTERO; VASCONCELOS; BINDER, 2003; VIEIRA, 2003), a área de turismo vem apresentando tal crescimento, uma vez que de 2004 para 2005 observa-se uma redução significativa no número de artigos publicados por um autor e ao mesmo tempo crescimento no número de artigos com três autores

Espera-se que o aumento no número de autores por artigo seja mais representativo nos próximos anos, caso os grupos de pesquisa, pertencentes a diferentes instituições de ensino superior do país, públicas ou privadas, cadastrados ou não no CNPq, passem a atuar efetivamente, colocando em prática os propósitos pelos quais foram criados, que seria o desenvolvimento e a disseminação do conhecimento científico desenvolvido (BERTERO; VASCONCELOS; BINDER, 2003).

Quanto ao tipo de pesquisa, as publicações dividiram-se em 18,95% de ensaios teóricos, nos quais foram conduzidas discussões e contraposições de diferentes abordagens teóricas ou simplesmente revisões de referencial teórico relacionado a temas da área de turismo (Tabela 3). Já os estudos de caráter teórico-empírico corresponderam a 81,05% do total de artigos, mostrando que a área tende a desenvolver mais estudos de campo do que somente ensaios teóricos. Observa-se assim que a área apresentou maior número de artigos empíricos do que o encontrado em outras áreas de pesquisa (BERTERO; VASCONCELOS; BINDER, 2003; CALDAS; TONELLI; LACOMBE, 2002; HOPPEN, 1998; HOPPEN; MEIRELLES, 2005; FLEURY et al, 2003).

Tabela 3: Tipo e método de pesquisa.

Tipo de Pesquisa	Período				Total	
	2004		2005			
Ensaio Teórico	13	22,81%	5	13,12%	18	18,95%
Teórico-Empírico	44	77,19%	33	86,84%	77	81,05%
Total	57		38		95	
<i>Qualitativo</i>	35	79,55%	25	75,76%	60	77,92%
<i>Quantitativo</i>	9	20,45%	8	24,24%	17	22,08%
<i>Multi-métodos</i>	-	-	-	-	-	-
Total	44		33		77	

Fonte: Dados primários da pesquisa.

Ainda que haja uma concentração de pesquisas de caráter teórico-empírico, que busquem entender a realidade de diferentes fenômenos estudados, observou-se à predominância de estudos qualitativos (77,92%), conforme Tabela 3, nos quais não são utilizadas técnicas e instrumentos de análise e coleta de dados apoiados estatisticamente, muitas vezes por serem analisadas poucas ou somente uma organização. No ano de 2004 os trabalhos de natureza qualitativa dominaram 79,55% do total de artigos publicados com os temas abordados neste estudo. A concentração de trabalhos qualitativos pode indicar a fragilidade de pesquisadores em relação aos instrumentos estatísticos que conduzem as pesquisas de caráter quantitativo.

Conforme a Tabela 4, dentre as diferentes estratégias qualitativas de pesquisa utilizadas, verificou-se a primazia dos estudos de caso (90% dos artigos analisados), seguido da estratégia de pesquisa documental em 10% dos artigos. Esse resultado se assemelha ao observado no estudo de Hoppen et al (1998), no qual foi identificada a predominância da estratégia de estudo de caso nas pesquisas desenvolvidas na área de sistema de informação.

No ano de 2004, a incidência de pesquisas que utilizaram a estratégia de estudo de caso atingiu o índice de 94,29% do total dos estudos qualitativos e a pesquisa documental 5,71%. Contudo, não foram identificados artigos com outras modalidades de estratégias de pesquisa. Apesar de uma redução significativa nesses índices no ano de 2005, observa-se que há um grande interesse de pesquisadores pelo desenvolvimento de pesquisas tendo como objeto de estudo organizações isoladas.

Tabela 4: Estratégias qualitativas de pesquisa.

Estratégia	Período				Total	
	2004		2005			
Estudo de Caso	33	94,29%	21	84%	54	90%
Pesquisa Documental	2	5,71%	4	16%	6	10%
Observação Participante	-	-	-	-	-	-
Pesquisa-ação	-	-	-	-	-	-

Pesquisa de Campo	-	-	-	-	-	-
Análise de Conteúdo	-	-	-	-	-	-
Focus Group	-	-	-	-	-	-
Outras	-	-	-	-	-	-
Total	35		25		60	

Fonte: Dados primários da pesquisa.

Bertero, Vasconcelos e Binder (2003, p. 57) salientam que “os estudos de caso a rigor são freqüentemente ‘exemplos’, não atendendo às exigências do protocolo habitual para estudos de caso enquanto pesquisa academicamente válida”. Observa-se que em geral, os estudos de caso são caracterizados como ‘cases’ utilizados como veículo de divulgação e promoção de empresas ou como suporte técnico para consultorias desenvolvidas pelos pesquisadores.

Dentre as estratégias quantitativas de pesquisa que compõem 22,08% dos estudos teórico-empírico, conforme Tabela 3, destacam-se as *surveys* como mais utilizadas pelos pesquisadores, representando 88,24% dos estudos quantitativos, de acordo com a Tabela 5. Os demais foram estudos que buscaram analisar determinados programas e a partir disso propor novos modelos de gestão e organização.

Tabela 5: Estratégias quantitativas de pesquisa.

Estratégia	Período		Período		Total	
	2004		2005			
Survey	7	77,78%	8	100%	15	88,24%
Experimento	-	-	-	-	-	-
Séries Temporais e Painel	-	-	-	-	-	-
Modelagem	-	-	-	-	-	-
Análise Estatística	-	-	-	-	-	-
Outros	2	22,22%	-	-	2	11,76%
Total geral	9		8		17	

Fonte: Dados primários da pesquisa.

Esse resultado se aproxima ao apresentado por Froemming et al (2000), quando elaboraram um inventário das características metodológicas básicas da produção científica da área de marketing no Brasil na década de 90, apontando que, entre os estudos de natureza quantitativa, houve a predominância das pesquisas utilizando *surveys*.

Posteriormente a análise das estratégias de pesquisa, foi verificado o número de artigos por instituição, com base nas instituições em que os autores estavam filiados à época da publicação do artigo.

Com base na Tabela 6, ressalta-se que, no geral, a publicação científica na área de turismo, tendo como norte os temas adotados para este estudo, é dominada por três

instituições de ensino superior, sendo uma privada e duas públicas. A instituição privada é a UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí), correspondendo a 9,55% do número de artigos publicados. As instituições públicas são a UFPR (Universidade Federal do Paraná), que representou 15,08% dos artigos publicados e a UFPE (Universidade Federal de Pernambuco) responsável por 14,07 da publicação científica no período. Juntas as três instituições foram responsáveis por 38,70% dos artigos publicados no ENTBL no período analisado, em relação aos temas adotadas para estudo.

Contudo, apesar da concentração apresentada por essas três instituições, observa-se que é elevado o número de instituições que publicaram artigos relacionados aos temas marketing, qualidade e sustentabilidade no evento.

Tabela 6: Número de artigos por instituição.

Instituição	Período		Total	%
	2004	2005		
AEMS	-	3	3	1,51
CEFET GO	-	1	1	0,50
FACECA	2	-	2	1,01
FACHO	-	2	2	1,01
FAJAR	1	-	1	0,50
FATEB	2	-	2	1,01
FBB	1	-	1	0,50
FURB	4	-	4	2,01
NEWTON PAIVA	-	1	1	0,50
PUC MG	2	3	5	2,51
PUC PR	8	-	8	4,02
SPEI	1	-	1	0,50
UCS	1	-	1	0,50
UDESC	1	-	1	0,50
UEFS	1	-	1	0,50
UERN	-	6	6	3,02
UESC	5	4	9	4,52
UESPI	1	-	1	0,50
UFAM	-	1	1	0,50
UFBA	1	5	6	3,02
UFF	1	-	1	0,50
UFG	3	-	3	1,51
UFJF	-	2	2	1,01
UFMS	3	-	3	1,51
UFPA	1	6	7	3,52
UFPE	-	28	28	14,07
UFPR	18	12	30	15,08
UFRGS	7	-	7	3,52
UFRJ	-	1	1	0,50
UFRN	1	-	1	0,50
UFRO	2	-	2	1,01
UFS	4	1	5	2,51
UFSC	5	3	8	4,02
UNB	1	2	3	1,51

UNEB	6	-	6	3,02
UNESP	-	2	2	1,01
UNIMEP	2	-	2	1,01
UNIOESTE	4	-	4	2,01
UNIVALE	1	-	1	0,50
UNIVALI	16	3	19	9,55
USP	3	4	7	3,52
Total	109	90	199	100,00

Fonte: Dados primários da pesquisa.

A concentração da publicação científica na área de turismo em três instituições (UNIVALI, UFPR e UFPE) pode ser explicada pela existência, nessas instituições, de cursos de pós-graduação *stricto sensu* em nível de mestrado e doutorado, com linhas de pesquisas específicas para o turismo, possuindo assim maior número de pesquisadores interessados nos temas da área.

O número de artigos por unidade federativa foi identificado a partir das regiões em que se localizavam as instituições nas quais os autores dos trabalhos estavam filiados, sendo que para cada autor foi definida uma instituição e seu respectivo Estado (Tabela 7).

Observa-se, na Tabela 7, que as publicações científicas da área estão concentradas na região Sul (Paraná e Santa Catarina) e Nordeste (Bahia e Pernambuco), que juntas dominam aproximadamente 65% dos artigos publicados nos anais do ENTBL entre os anos de 2004 e 2005, em relação aos temas adotados neste estudo. O Estado do Paraná foi responsável por aproximadamente 21,61% das publicações analisadas, provavelmente em virtude de possuir o maior número de instituições nas quais estavam filiados os pesquisadores autores dos trabalhos. O Estado de São Paulo também se destacou com uma boa produção científica, cerca de 7,5% dos artigos.

Tabela 7: Número de artigos por unidade federativa.

Instituição	Período		Total	%
	2004	2005		
SP	7	8	15	7,54
RJ	1	1	2	1,01
BA	17	10	27	13,57
MG	3	6	9	4,52
RS	8	1	9	4,52
DF	1	2	3	1,51
PR	31	12	43	21,61
SC	25	6	31	15,58
PI	1	-	1	0,50
PE	-	28	28	14,07
PA	1	6	7	3,52
RN	1	6	7	3,52
SE	4	1	5	2,51

RO	2	-	2	1,01
GO	4	1	5	2,51
MS	3	1	4	2,01
AM	-	1	1	0,50
Total	109	90	199	100,00

Fonte: Dados primários da pesquisa.

A concentração da publicação científica na área de turismo é evidente (Tabela 7) quando se observa que, de dezessete unidades federativas identificadas no estudo, somente cinco (São Paulo, Bahia, Paraná, Santa Catarina e Pernambuco) dominaram conjuntamente 72,4% do total de artigos científicos publicados entre os anos de 2004 e 2005, referentes ao temas marketing, qualidade e sustentabilidade.

Considerações Finais

Objetivou-se com este estudo apresentar um quadro geral da produção científica na área de turismo com base nos dados levantados em 95 artigos publicados nos anais do ENTBL, entre os anos de 2004 (deste ano foram analisados apenas os artigos da pós-graduação) e 2005, relacionados aos seguintes temas: (i) marketing; (ii) qualidade; e (iii) sustentabilidade.

Verificou-se um decréscimo no número de artigos publicados que estão relacionados aos temas marketing, qualidade e sustentabilidade de 2004 para 2005, porém, essa redução ocorreu também no número total de artigos publicados no ENTBL de um ano para o outro.

No que se refere ao número de autores por artigo, a média geral encontrada foi de 2,09. Contudo, artigos com um ou dois autores são predominantes entre aqueles que foram analisados. Tal constatação parece indicar que são reduzidas as publicações decorrentes de trabalhos de grupos de pesquisa, prevalecendo os resultados de interações baseadas em relacionamentos ou interesses de pesquisa pessoais.

A grande maioria dos artigos foi classificada como do tipo teórico-empírico. Esse resultado parece confirmar uma característica particular do campo de pesquisa em turismo, que é a de realizar trabalhos a partir de dados empíricos, como a análise de organizações ligadas ao turismo (hotéis, restaurantes, agências de viagens e órgãos públicos do setor), centros históricos, parques e reservas florestais ou ainda regiões que são destinos turísticos.

Nos artigos teórico-empírico, o método de pesquisa predominante foi o qualitativo, ainda que o quantitativo tenha sido bastante empregado nos trabalhos analisados. Cabe destacar que, durante o período considerado para a análise, a proporção entre trabalhos qualitativos e quantitativos oscilou, com os trabalhos de cunho qualitativo perdendo espaço para os estudos de natureza quantitativa, que apresentaram crescimento de 2004 para 2005.

Nos trabalhos qualitativos, as estratégias de pesquisa mais utilizadas foram a do estudo

de caso e a de pesquisa documental que dominaram 100% das publicações. A maior utilização do estudo de caso evidencia uma fragilidade nas publicações científicas da área de turismo, fato encontrado ainda em outras áreas de pesquisa, tais como a de administração.

Em relação às estratégias quantitativas de pesquisa, a *survey* foi a mais utilizada. Contudo, cabe destacar o número razoável de artigos que fizeram uso de conceitos teóricos e dados secundários para propor modelos de gestão e de implantação de destinos turísticos. Estudos futuros podem verificar a qualidade de tais publicações, avaliando quantas são de natureza exploratória, descritiva e/ou causal.

Quando analisado o número de artigos por instituição, verificou-se que apenas quatro instituições foram responsáveis por aproximadamente 38% das publicações no período analisado. As instituições mais prolíficas se encontram nas regiões Sul e Nordeste do país (Santa Catarina, Paraná e Pernambuco). Ligado a essa categoria está o número de artigos por unidade federativa, na qual, além de apontar os Estados de Santa Catarina, Paraná, Bahia e Pernambuco como unidades federativas mais prolíficas, destaca-se o baixo número de artigos publicados por instituições de determinados Estados, notadamente das regiões Norte e Centro-Oeste.

Os resultados referentes à região Sul podem ser decorrentes do fato de que nessa região estão localizadas duas das principais instituições especializadas na área de pesquisa em turismo, em nível de graduação e pós-graduação (mestrado e doutorado).

Como limitação de pesquisa, destaca-se que esta focou somente o período de 2004 a 2005, sendo que poderia ter sido avaliado um período maior de tempo visando representar a situação da produção científica em turismo o mais próximo de sua realidade, de acordo com os temas adotadas para análise. Além disso, outros eventos com menor classificação no Qualis poderiam ter sido avaliados também, bem como artigos publicados em periódicos específicos da área.

Para pesquisas futuras, sugere-se que sejam avaliados, além dos critérios quantitativos aqui expostos, os critérios de qualidade dos artigos de natureza tanto quantitativa, quanto qualitativa. Além disso, outra possível contribuição que poderia ser obtida com futuros estudos seria a avaliação da rede de relações tanto entre os pesquisadores, quanto entre as instituições, fomentando novas conclusões sobre a natureza da colaboração entre pesquisadores da área.

Referências Bibliográficas

BERTERO, C. O.; VASCONCELOS, F. C.; BINDER, M. P. Estratégia Empresarial: A Produção Científica Brasileira entre 1991 e 2002. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 43, n.

4, p. 48-63, Out./Dez. 2003.

CALDAS, M. P.; TONELLI, M. J.; LACOMBE, B. M. B. Espelho, Espelho Meu: Meta-estudo da Produção Científica em Recursos Humanos nos ENANPADs da Década de 90. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.

CARDOSO, R. L.; MENDONÇA NETO, O. R.; SAKATA, M. C. G. Pesquisa Científica em Contabilidade entre 1990 e 2003. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 45, n. 2, p. 34-45, Abr./Jun. 2005.

CASTRO, C. M. **A prática da pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill, 1978.

DÁVILA, J. Á. M. **Calidad del servicio en el sector turístico**. Corunã: Netbiblo, 2002.

EJARQUE, J. **Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing**. Madrid: Pirámide, 2005.

FLEURY, S. (Org.). **Análise do Perfil dos Artigos Publicados na Revista de Administração Pública – RAP – No Período 1992-2002**. Rio de Janeiro: EAESP/FGV, 2003.

FROEMMING, L. M. S.; LUCE, F. B.; PERIN, M. G.; SAMPAIO, C. H.; BEBER, S. J. N.; TREZ, G. Análise da Qualidade dos Artigos Científicos da Área de Marketing do Brasil: As Pesquisas *Survey* na Década de 90. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 4, n. 3, p. 201-219, Set./Dez. 2000.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades: uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, Mar./Abr. 1995.

HOPPEN, N. Sistemas de Informação no Brasil: uma Análise dos Artigos Científicos dos Anos Noventa. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 151-177, Set./Dez. 1998.

HOPPEN, N.; AUDY, J. L. N.; ZANELA, A. I. C.; CANDOTTI, C. T.; SANTOS, A. M.; SCHEID, R.; PERIN, M. G.; MECCA, M. S.; PETRINI, M. Sistemas de Informação no Brasil: Uma Análise dos Artigos Científicos dos Anos 90. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 22., 1998, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: ANPAD, 1998.

HOPPEN, N.; MEIRELLES, F. S.; Sistemas de Informação: Um Panorama da Pesquisa Científica entre 1990 e 2003. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 45, n. 1, p. 24-35, Jan./Mar. 2005.

KOTLER, P. **Mercadotecnia para el turismo y hotelaria**. Barcelona: Manole, 1997.

KOTLER, P. **Princípios de marketing**. São Paulo: Prentice-Hall, 1997.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; CUNHA, V. C.; AMBONI, N. Organizações: O estado da arte da produção acadêmica no Brasil. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 14., 1990, Belo Horizonte. **Anais...**, Belo Horizonte: ANPAD, 1990.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 1990.

MIDDLETON, V. T. C. **Marketing de turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. Cap. 17, p. 269-279.

NEUMAN, L. W. **Social research methods: qualitative and quantitative approaches**. Boston: Allyn & Bacon, 1997.

VALLS, J. F. **Gestão de destinos turísticos sustentáveis**: gestão integrada com base em critérios de sustentabilidade. Barcelona: Gestión 2000, 2004.

VALLS, J. F. **Gestión de empresas de turismo y ocio**. Barcelona: Gestión 2000, 2000.

VIEIRA, F. G. D. Narciso sem Espelho: A Publicação Brasileira de Marketing. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 43, n. 1, p. 81-90, Jan./Mar. 2003.