

## Editorial

Prezados leitores da Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur), a nossa revista em seu v.7, n.1, de 2013, é composta de 10 artigos. Nesta primeira edição do ano, gostaríamos de destacar como primeiro texto o artigo de Alessandra Silva Carvalho e Maria do Rosário Rolfsen Salles intitulado “Os tempos da viagem para os idosos”. As autoras apresentam a discussão das vertentes que relacionam o envelhecimento ao turismo, do ponto de vista da melhoria da qualidade de vida do idoso, apresentando as peculiaridades da viagem para este público.

O texto de Éder Danilo Bezerra e Débora Eleonora Pereira da Silva, com o título “Adoção de inovações em serviços turísticos: Um estudo de múltiplos casos em bares e restaurantes da orla de Aracaju (SE, Brasil)”, baseia-se na teoria da difusão de inovações proposta por Rogers (1995), que aponta cinco atributos percebidos em inovações capazes de influenciar a decisão individual de se adotar ou se rejeitar uma inovação.

Edegar Luis Tomazzoni e Isabel Angélica Bock no artigo “Marketing e gestão estratégica de hotelaria: Um estudo bibliométrico” analisam a produção do conhecimento e as contribuições para o avanço científico dos estudos de marketing e de gestão estratégica na hotelaria.

O quarto texto de Wagner Junior Ladeira, Gustavo da Silva Costa, Fernando de Oliveira Santini e Clécio Falcão Araujo retrata os “Antecedentes da satisfação na rede hoteleira: Uma investigação através da modelagem de equações estruturais”. O artigo apresenta as relações funcionais que interferem na satisfação dos hóspedes do setor hoteleiro, tendo como base a análise de dois componentes: antecedentes de consumo, relacionados às experiências anteriores e expectativas de consumidor; e experiências de consumo, relacionadas aos aspectos físicos e ao ambiente social dos estabelecimentos.

Ana María Fernández Poncela em seu artigo “Ciudadanía y turismo: Dos miradas y un destino” tem por objetivo analisar a memória, os imaginários e as representações sociais que os visitantes e os cidadãos têm em relação ao destino e ao espaço urbano da cidade do México.

Maria Gabriela Montanari e Janaina de Moura Engracia Giraldi abordam a “Competitividade no turismo: Uma comparação entre Brasil e Suíça”. Para a comparação, foram utilizados os fatores de competitividade em turismo identificados pelo Índice Mundial de Competitividade em Turismo, e analisados especificamente em cada um dos países, por meio das pontuações de Brasil e Suíça em cada fator e das informações encontradas na literatura.

O sétimo trabalho tem como título “Decodificando *websites*: Como criar uma imagem mental distintiva para os serviços de hotelaria?” As informações desta pesquisa, conduzida por Maria de Lourdes Barbosa, Anderson Souza, Salomão Farias e Michelle Kovacs, proporcionaram uma análise de como o conceito de serviço é comunicado por meio do *website* e como esta informação induz os consumidores a formarem uma imagem de seus produtos e serviços por meio

da incorporação da semiótica (com sinais, símbolos e sistemas de sentido). Os autores analisaram o *website* da Rede de Hotéis Accor no Brasil, com seus variados tipos de hotéis.

O artigo seguinte, de Kawana Harue Sato, Tomas Sparano Martins, Heitor Takashi Kato, Roberta Rocha Rosa Martins e Eduardo Damião da Silva, intitulado “O processo de terceirização de serviços hoteleiros: Motivações e fundamentos teóricos”, examina o porquê dos hotéis terceirizarem seus serviços e atividades, e como ocorre o processo de terceirização nos hotéis em Curitiba, na perspectiva das capacidades dinâmicas.

Glauber Eduardo de Oliveira Santos e Mirian Rejowski, no texto “Comunicação científica em turismo no Brasil: Análises descritivas de periódicos nacionais entre 1990 e 2012”, caracterizam os artigos publicados nos principais periódicos de turismo editados no Brasil, buscando contribuir para a compreensão do processo de disseminação do conhecimento científico na área. Para tanto, foram analisados 2.126 artigos publicados em 20 periódicos científicos no período de 1990 e 2012.

No último artigo desta edição, chamado “Estratégias de orientação para o mercado no setor turístico de Balneário Camboriú e Bombinhas (SC, Brasil)”, os autores Carlos Marcelo Ardigó, Fabrícia Durieux Zucco e Olga Regina Cardoso avaliaram as determinantes da escala de Orientação para o Mercado (OPM) de Hooley, Saunders e Piercy (2005). Tendo por foco particular analisar a relação entre OPM e os resultados financeiros subjetivos, segundo a percepção dos gestores de empresas do setor de alimentação e alojamento e, por fim, foi comparado o desempenho do nível de OPM entre as cidades de Balneário Camboriú (BC) e Bombinhas (BB).

São Paulo, 18 de abril de 2013.

Sara Joana Gadotti dos Anjos  
Editoria Científica

Cynthia Harumy Watanabe Corrêa  
Editora Executiva