

## Criatividade e Inovação no Setor de Turismo: Uma Revisão Sistemática da Literatura

### Creativity and Innovation in the Tourism Sector: A Systematic Literature Review

Mônica Maria Liberato<sup>1</sup>; Nadja Rosele Alves Batista<sup>2</sup>; Cleo Clayton Santos Silva<sup>3</sup>; Ana Karla de Souza Abud<sup>4</sup>; Francisco Sandro Holanda<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil  
[monicaliberato@hotmail.com](mailto:monicaliberato@hotmail.com)

<sup>2</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil  
[nrosele.nr@gmail.com](mailto:nrosele.nr@gmail.com)

<sup>3</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil  
[cleoclayton@hotmail.com](mailto:cleoclayton@hotmail.com)

<sup>4</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – Departamento de Tecnologia de Alimentos  
São Cristóvão/SE – Brasil  
[ana.abud@gmail.com](mailto:ana.abud@gmail.com)

<sup>5</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – Departamento de Engenharia Agrônômica  
São Cristóvão/SE – Brasil  
[fholanda@gmail.com](mailto:fholanda@gmail.com)

#### Resumo

*O objetivo desse estudo foi realizar uma revisão sistemática da produção acadêmico-científica sobre criatividade e inovação para o desenvolvimento do turismo. Para isto, fez-se uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) usando as palavras-chave criatividade, inovação, desenvolvimento e turismo nas bases de dados Science Direct e Scielo. Com o estudo foi possível concluir que a colaboração, o apoio e incentivo da gestão, desempenho criativo dos funcionários, a tecnologia da informação, o financiamento, a concorrência no mercado, o tamanho da empresa e o ambiente do trabalho são fatores predominantes no desenvolvimento da criatividade e inovação no setor de turismo. O estudo destacou, também, que os esforços das empresas do setor na atividade de inovação contribuem com evolução da indústria do turismo, sendo possível identificar que as principais iniciativas de inovação para o turismo envolvem o setor de produto/serviços.*

**Palavras-chave:** ambiente criativo; gestão organizacional; desenvolvimento.

## Abstract

*The objective of this study was to carry out a systematic review of academic-scientific production on creativity and innovation for the development of tourism. For this, a Systematic Review of Literature (RSL) was carried out using the keywords creativity, innovation, development and tourism in the Science Direct and Scielo databases. With the study it was possible to conclude that collaboration, management support and encouragement, creative performance of employees, information technology, financing, competition in the market, the size of the company and the work environment are predominant factors in the development of creativity and innovation in the tourism sector. The study also highlighted that the efforts of companies in the sector in innovation activity contribute to the evolution of the tourism industry, making it possible to identify that the main innovation initiatives for tourism involve the product / services sector.*

**Key-words:** creative environment; organizational management; development.

## 1. Introdução

A crescente competitividade, as mudanças vivenciadas pelo mercado, a rapidez no desenvolvimento tecnológico e a crescente valorização do empreendedorismo tornam fundamentais para as organizações a capacidade de criar e inovar diariamente. O pensamento criativo é, atualmente, a matéria-prima mais importante e a que possui o potencial de gerar retorno infinito para a organização em meio ao ambiente altamente competitivo (FELDMAN; RUTHES; CUNHA, 2008; SILVA et al., 2017).

Os termos criatividade e inovação podem ser, algumas vezes, confundidos e considerados sinônimos, apesar de os mesmos se distinguirem em seus significados. A criatividade é uma habilidade humana, individual ou em grupo, ou seja, uma ação intersubjetiva dependente da capacidade cerebral e cognitiva das pessoas, que engloba as ideias, praticáveis ou não, geradas para solução de um determinado problema. Em contrapartida, a inovação trata de ideias criativas que possuem capacidade prática, sendo passível de implementação por meio de ações concretas que visam a geração de valor, melhorias dos serviços e o lucro, o desenvolvimento de ideias e a aquisição de conhecimentos de uma organização, não necessitando da colaboração de muitas pessoas. Embora nem toda ideia criativa seja uma inovação, a criatividade está diretamente ligada à inovação, tornando-as indissociáveis (ALENCAR, 1995; CRESPO; WECHSLER, 2001; IZERROUGENE, 2010; LEE; HALLAK; SARDESHMUKH, 2019; PENG et al., 2017; SILVA et al., 2017).

Pelo fato da implementação do clima criativo estar intimamente relacionado à gestão e cultura organizacional, é de grande valia que os gestores criem ambientes e situações que estimulem o pensamento criativo para que os colaboradores possam desenvolver novas ideias, soluções e propostas para problemas ou situações antigas de difícil solução, valorizando as novas ideias e as soluções criadas pelos colaboradores. Além disso, é necessário que os colaboradores possam

identificar quais as dificuldades e os riscos para os quais devem criar ou sugerir soluções. A implementação destas novas ideias em uma organização pode encontrar barreiras organizacionais, como o alto custo para implementar uma inovação, a divergência de pensamentos, a estrutura e a gestão organizacional da empresa (CRESPO; WECHSLER, 2001; FELDMAN; RUTHES; CUNHA, 2008; LEE; HALLAK; PENG et al., 2017; SILVA et al., 2017; SARDESHMUKH, 2019).

O setor turístico, atualmente, demonstra uma crescente adesão as novas tecnologias, dentre as quais estão as ligadas à melhoria da qualidade do atendimento e prestação de serviços, dentre outras, como consequência da necessidade de adaptação constante as mudanças no ambiente competitivo do setor. Com a globalização o turismo se tornou uma atividade econômica complexa e transnacional que possui como necessidade a operacionalização dos vetores informação e novas tecnologias, com o intuito de reter informações e operacionalizar as etapas de serviços afim de alcançar novos patamares de competitividade (ANJOS; SOUZA; RAMOS, 2006; SOARES, 2007).

O trabalho colaborativo entre os profissionais permite discussões sobre diferentes temas, nos quais pessoas com conhecimento intelectual, comportamentos, atitudes, pensamentos, sentimentos, culturas e vivências diferenciadas procuram formular soluções para o mesmo problema (CRESPO; WECHSLER, 2001; IZERROUGENE, 2010; PENG et al., 2017).

O objetivo desse estudo foi realizar uma revisão sistemática da produção acadêmico-científica sobre criatividade e inovação para o desenvolvimento do turismo. Esse estudo está dividido em cinco partes, sendo a primeira delas a introdução ao tema e o objetivo proposto para elaboração do estudo, na segunda parte está descrita a metodologia utilizada para realização da pesquisa, a terceira e quarta parte apresentam os resultados e as conclusões da pesquisa, respectivamente, e na quinta e última parte são listadas as referências utilizadas durante o estudo.

## **2. Metodologia**

A metodologia utilizada para o estudo foi a Revisão Sistemática da Literatura (RSL), que se utiliza de outros estudos científicos, dando ao pesquisador uma visão do que está sendo estudado sobre um tema específico. É uma pesquisa completa e considerada indispensável para descobrir os estudos já realizados sobre uma determinada área de conhecimento, servindo de referencial para se atualizar e propor novos estudos (SANTOS; FIRME; BARROS, 2008; SAMPAIO; MANCINI, 2007; SAUR-AMARAL; FERREIRA; CONDE, 2013; LIBERATO; VIEIRA; NETO, 2017).

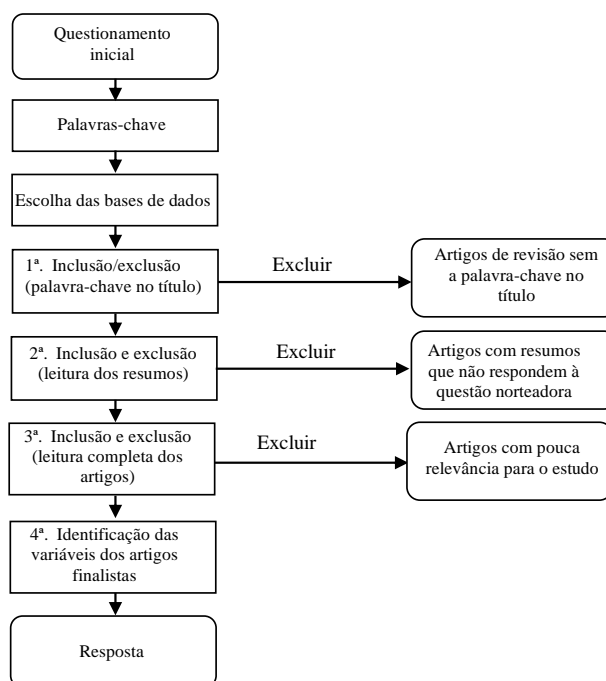
Para esse estudo optou-se em fazer a busca nas bases de dados *Science Direct* e *Scielo* e para a busca foram utilizadas as palavras-chave criatividade, inovação, desenvolvimento e turismo, no

idioma inglês, com o operador booleano “AND”, como objetivo de dar mais amplitude à pesquisa e restringindo as palavras chave.

O protocolo para a organização do estudo, esquematizado na Figura 1, apresenta as seguintes etapas:

- Questionamento inicial sobre a temática (Existe ambiência de criatividade e inovação no setor de turismo?);
- Identificação das palavras-chave que nortearão as buscas (*creativity AND innovation AND development AND tourism*);
- Escolha das bases de dados para a busca (*Science Direct e Scielo*);
- 1ª rodada: Inclusão e exclusão dos artigos, considerando apenas os artigos que continham uma ou mais das palavras-chaves no título, desconsiderando-se os demais artigos de revisão da literatura;
- 2ª rodada: Inclusão e exclusão dos artigos, através da leitura dos resumos dos artigos selecionados na primeira triagem;
- 3ª rodada: Inclusão e exclusão dos artigos, através da leitura completa dos artigos selecionados a partir da leitura dos resumos;
- 4ª rodada: Leitura profunda dos artigos finalistas para levantar as variáveis (título, autor/ano, periódico, metodologia, local, amostra, público-alvo);
- Resposta

Figura 1 – Representação esquemática do protocolo organizado para a Revisão Sistemática da Literatura



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

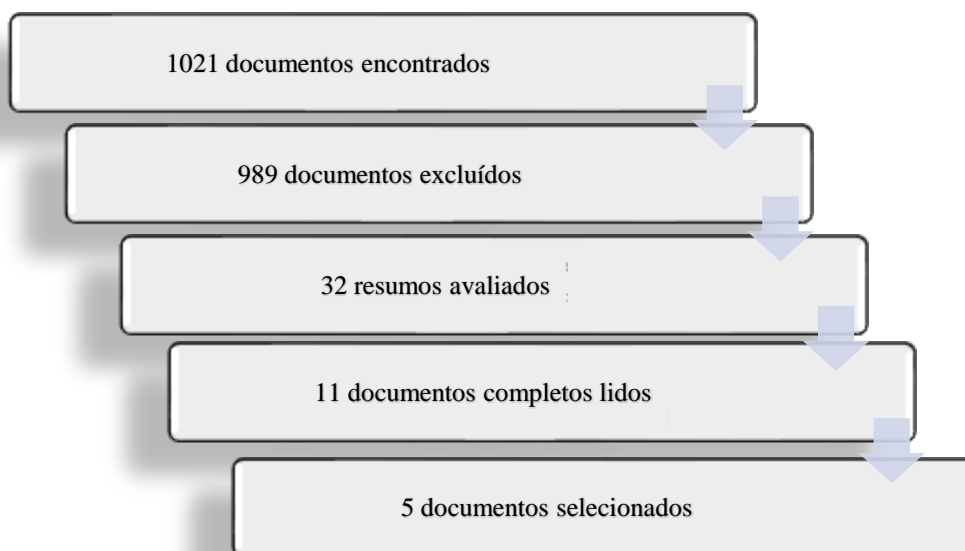
Os artigos selecionados na terceira rodada foram analisados com mais profundidade para extrair os dados das variáveis que compõem o quadro do resultado do estudo, são elas:

- Título: O título na língua original;
- Autor/ano: Identifica quais autores estão estudando sobre criatividade e inovação no setor de turismo;
- Revista: As revistas científicas que publicam estão publicando sobre criatividade e inovação no setor de turismo;
- Metodologia: Qual metodologia esses autores se utilizaram;
- Local: Locais dos estudados;
- Público-álvo: Qual o público que compõe a amostra;
- Amostra: Quantidade de sujeitos pesquisados.

### 3. Resultados

A busca inicial identificou 1.021 artigos nas bases de dados *Science Direct* (1.018) e *Scielo* (3), considerando um recorte temporal de 10 anos. Na primeira fase de inclusão/exclusão apenas 32 artigos foram selecionados. Na análise dos resumos, 21 foram rejeitados e 11 passaram para avaliação do texto completo (Figura 2). A seleção final, baseada na relevância, na elegibilidade e no desenho do estudo, resultou em apenas 5 artigos que atendiam a pergunta norteadora do estudo.

Figura 2 – Fluxograma dos estudos



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Após as buscas e análises completas, os cinco documentos selecionados para compor o estudo foram relacionados e são apresentados na Tabela 1, trazendo o ano de publicação dos

documentos selecionados, mostrando que as publicações ocorreram durante o período de 2011 a 2018, com poucas publicações por ano e sem uma regularidade anual bem definida.

Tabela 1 – Variáveis dos artigos finalistas da Revisão Sistemática da Literatura no setor de turismo

<b>Título Original</b>	<b>Autor/Ano</b>	<b>Revista</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Local</b>	<b>Público-alvo</b>	<b>Amostra</b>
Challenges and Outcome of Innovative Behavior: A Qualitative Study of Tourism Related Entrepreneurs	Bukhari & Hilmi (2012)	Journal of Technology Management & Innovation	Qualitativo (entrevista)	Malásia	empresários do setor de turismo	23
Determinants of innovation in tourism evidence from Australia	Divisekera & Nguyen (2018)	Tourism Management	Business Longitudinal Database (BLD) desenvolvido pelo Australian Bureau of Statistics (ABS)	Australia	empresas de turismo australianas	389 empresas, 167 operando no alojamento e serviços de alimentação e 222 na indústria de artes e recreação
Work environment and atmosphere: The role of organizational support in the creativity performance of tourism and hospitality organizations	Tsai et al. (2015)	International Journal of Hospitality Management	Quantitativa	Taiwan	empresas de turismo	320 funcionários
Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa	Carlisle et al. (2013)	Tourism Management	Estudo de caso	Tanzânia e Gâmbia (África)	IES e associação comercial	2 instituições
Innovation in the tourism industry: The case of Tourism®	Aldebert et al. (2011)	Tourism Management	Análise dos projetos dos eventos <i>Tourism</i> ® 2003-2007	Europa	projetos vencedores da <i>Tourism</i> ®	176 projetos

Fonte: Organizado pelos autores (2019)

Para os artigos finalistas da RSL neste estudo, dos vários fatores organizacionais o tamanho da empresa foi o que mais contribuiu para um ambiente inovador. Segundo Divisekera e Nguyen (2018), quanto maior a empresa, maior a probabilidade de ser inovadora.

Além do tamanho, Tsai et al. (2015) apontam um ambiente incentivador, com compartilhamento de conhecimento, motivação, justiça processual e promoção está correlacionado ao desempenho criativo dos funcionários.

Bukhari e Faiz Hilmi (2012) enfatizam que, para as empresas do setor de turismo se manterem competitivas, elas precisam ser criativas para enfrentar os desafios da inovação, como a concorrência, o marketing, o preço ou o custo dos negócios, a estrutura de negócios e a comunicação.

Na Europa acontece, anualmente, a feira *Tourism*<sup>®</sup>, voltada aos principais agentes do setor de turismo, como instituições governamentais e de ensino, empresas pequenas inovadoras e multinacionais com alta tecnologia. O evento fomenta a criatividade e a inovação promovendo concursos de projetos ligados ao desenvolvimento do turismo. Aldebert, Dang & Longhi (2011) realizaram um levantamento dos projetos premiados nesta feira e identificaram que as principais iniciativas de inovação no setor de turismo envolveram internet, software, geolocalização, identificação por radiofrequência (RFID – *Radio Frequency Identification*), desing/interface, aplicativo móvel, conteúdo e gestão de relacionamento com o cliente (CRM – *Customer Relationship Management*), tendo acima de 70% da inovação sendo oriunda do setor de produto/serviços.

Carlisle et al. (2013) argumentam em seu estudo a importância do apoio institucional para estimular e promover a criatividade, a inovação e o empreendedorismo para as empresas em destinos de países menos desenvolvidos economicamente (LEDC – *Less Economically Developed Country*).

Desta forma, a RSL indicou que a colaboração, o incentivo, os funcionários, a tecnologia da informação, o financiamento, a concorrência no mercado, o tamanho da empresa e o ambiente do trabalho são fatores predominantes no desenvolvimento da criatividade e inovação no setor de turismo. Tsai et al. (2015) ainda enfatizam que um ambiente de trabalho agradável chega a aumentar 42,2% a criatividade do setor e que o suporte organizacional está indiretamente relacionado à criatividade dos funcionários.

Com a RSL deste trabalho, pode-se notar a importância da amostra em cada publicação selecionada. No primeiro trabalho, houve uma entrevista com 23 pessoas na Malásia, através de uma metodologia qualitativa. Para Goldenberg (1999), a pesquisa qualitativa se preocupa com o aprofundamento da compreensão a partir de um grupo social, de uma organização, entre outros e não com representatividade numérica.

O segundo artigo selecionado correspondeu a uma busca em banco de dados com uma amostra de 389 empresas na Austrália, forma semelhante ao quinto artigo selecionado, que trata de uma análise de projetos dos bancos de dados da feira *Tourism*<sup>®</sup>, com 176 projetos na Europa.

O terceiro artigo envolveu 320 funcionários em uma pesquisa quantitativa realizada em Taiwan. Richardson (1999) aborda que a pesquisa de cunho quantitativo se caracteriza por quantificar os dados na coleta das informações da pesquisa e, desta forma, são utilizadas técnicas estatísticas.

No penúltimo artigo selecionado, foi realizado um estudo de caso, em duas cidades da África. Para Goode e Hatt (1979), o estudo de caso é um meio de organizar os dados, preservando do objeto estudado o seu caráter unitário.



Abaixo, no Quadro 1, segue a síntese dos resultados encontrados, especialmente em relação às iniciativas de inovação no setor de turismo e que podem ser utilizadas para mensurar, em conformidade com os resultados obtidos. Neste, os autores conseguiram depreender a importância das iniciativas de inovação e criatividade relacionadas ao turismo empreendedor, bem como uma alta referência no turismo empreendedor.

Quadro 1 – Síntese da análise sistêmica dos documentos

<b>Referência</b>	<b>Fatores importantes para a criatividade e inovação</b>
Aldebert et al. (2011)	As principais iniciativas de inovação no setor de turismo envolveram internet, software, geolocalização, identificação por radiofrequência, desing/interface, aplicativo móvel, conteúdo e gestão de relacionamento com o cliente tendo acima de 70% da inovação sendo oriunda do setor de produto/serviços
Bukhari & Hilmi (2012)	As empresas do setor de turismo precisam ser criativas para enfrentar os desafios da inovação, como a concorrência, o marketing, o preço ou o custo dos negócios, a estrutura de negócios e a comunicação.
Carlisle et al. (2013)	Para as empresas do setor de turismo de países menos desenvolvidos economicamente, é fundamental a importância do apoio institucional para estimular e promover a criatividade, a inovação e o empreendedorismo
Divisekera & Nguyen (2018)	Quanto maior a empresa referente ao setor de turismo, maior a probabilidade de ser inovadora.
Tsai et al. (2015)	Um ambiente de trabalho agradável chega a aumentar 42,2% a criatividade do setor de turismo, ou seja, o suporte organizacional está indiretamente relacionado à criatividade dos funcionários.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

#### 4. Conclusões

O estudo em questão teve como objetivo investigar, apresentar e discutir conceitos, contextos e aplicações referente a criatividade e inovação para o desenvolvimento do turismo como indicadores já explorados na literatura, além de poder evidenciar o que pode ser exposto e as conclusões que puderam ser obtidas com base nas publicações encontradas.

Dessa forma, técnicas de revisão sistemática da literatura foram utilizadas e através de bases de publicações puderam ser realizadas as buscas com o propósito de encontrar uma grande variação de publicações disponíveis. Para realização dessa técnica, algumas particularidades foram encontradas com base nos documentos selecionados, à exemplo do pouco número de publicações abordando o assunto.

Os autores ligados aos documentos selecionados destacaram a importância das iniciativas de inovação e criatividade relacionadas ao setor de turismo, bem como uma alta referência no turismo empreendedor, uma vez que para os países menos desenvolvidos economicamente, é fundamental a relevância do apoio institucional para estimular e promover a criatividade, a inovação e o empreendedorismo.

O uso da técnica de revisão sistemática da literatura permitiu uma síntese do que está sendo realizado no fomento à criatividade e inovação no setor de turismo. Embora o estudo tenha



fornecido resultados úteis, não é possível generalizar, visto que o número de artigos que atenderam à pergunta norteadora foi pequeno.

Os resultados encontrados mostram que um dos principais fatores para que aconteça a criatividade e inovação é o apoio e incentivo da gestão, sendo possível identificar que as principais iniciativas de inovação para o turismo envolvem o setor de produto/serviços.

## Referências

- ALENCAR, E. L. S. Desenvolvendo a criatividade nas organizações: o desafio da inovação. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 6, p. 6–11, dez. 1995.
- ALDEBERT, B.; DANG, R. J.; LONGHI, C. Innovation in the tourism industry: The case of Tourism<sup>®</sup>. **Tourism Management**, v. 32, n. 5, p. 1204-1213, 2011.
- ANJOS, E. S. DOS; SOUZA, F. DE P.; RAMOS, K. V. Novas tecnologias e turismo: um estudo do site Vai Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 6, núm. 4, pp. 26-37, 2006.
- BUKHARI, A. M. M.; HILMI, M. F. Challenges and outcome of innovative behavior: A qualitative study of tourism related entrepreneurs. **Journal of Technology Management & Innovation**, v. 7, n. 2, p. 131-143, 2012.
- CRESPO, M. L. F.; WECHSLER, S. M. Clima criativo: um diagnóstico para inovação nas organizações educacionais e empresariais. **Psicodebate – Psicologia, Cultura y Sociedad**, v. 1, p. 53-59, 2001.
- CARLISLE, S.; KUNC, M.; JONES, E.; TIFFIN, S. Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. **Tourism Management**, v. 35, p. 59-69, 2013.
- DIVISEKERA, S.; NGUYEN, V. K. Determinants of innovation in tourism evidence from Australia. **Tourism Management**, v. 67, p. 157-167, 2018.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 1999
- GOODE, W. J., HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. 5a ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.
- FELDMAN, L. B.; RUTHES, R. M.; CUNHA, I. C. K. O. Criatividade e inovação: competências na gestão de enfermagem. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 61, n. 2, p. 239–242, 2008.
- IZERROUGENE, B. A relação capital-trabalho na economia do conhecimento. **Revista de Economia Política**, v. 30, n. 4, p. 687-705, 2010.
- LEE, C.; HALLAK, R.; SARDESHMUKH, S. R. Creativity and innovation in the restaurant sector: Supply-side processes and barriers to implementation. **Tourism Management Perspectives**, v. 31, p. 54-62, 2019.
- PENG, J.; CHEN, Y.; XIA, Y.; RAN, Y. Workplace loneliness, leader-member exchange and creativity: The cross-level moderating role of leader compassion. **Personality and Individual Differences**, v. 104, p. 510-515, 2017.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: Métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SILVA, G. G. Cultura de estímulo à criatividade como instrumentos de processos inovadores. **Projetica**, v. 7, n. 1, p. 9-25, 22 dez. 2016.
- SOARES, L. A. S. Turismo e globalização: algumas perspectivas. **Revista Gerenciais**, v. 6, n. 1, p. 9, 2007.

TSAI, C. Y.; HORN, J. S.; LIU, C. H.; HU, D. C. Work environment and atmosphere: The role of organizational support in the creativity performance of tourism and hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*, v. 46, p. 26-35, 2015.

Recebido em: 29/04/2020

Aprovado em: 22/06/2020