

Recebido:16.12.2024**Aprovado:22.04.2025****Avaliado:pelo Sistema Double Blin Review**

ROTA DA INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE DOS ESTUDOS SOBRE AS STARTUPS NO TURISMO E LAZER

INNOVATION ROUTE: AN ANALYSIS OF STUDIES ON STARTUPS IN TOURISM AND LEISURE

Giovana Bueno**E-mail:** giovanabueno@usp.br**ORCID:** 0000-0001-6270-8432

RESUMO

Com o objetivo de analisar a produção científica sobre as startups no turismo e lazer, realizou-se um levantamento de dados secundários com a ferramenta Proknow-C (Ensslin et al., 2010). Ela é composta por: (i) seleção de um Portfólio Bibliográfico, (ii) bibliometria, (iii) análise sistêmica e (iv) formulação de questões e objetivos de pesquisa. Os principais resultados apresentam seis temáticas principais abordadas pelos artigos analisadas quanto ao método, tipo de dados, objetivo de pesquisa, amostra e principais resultados possibilitaram a formulação de uma agenda futura. Com essa completa análise da produção científica sobre as startups, não restringindo somente ao setor de turismo, espera-se trazer uma importante contribuição teórica e prática, com o embasamento para novos estudos e no apoio ao desenvolvimento tecnológico, na pesquisa e na inovação desses setores.

Keywords: Startups; Turismo; Lazer; Proknow-C.

ABSTRACT

In order to analyze the scientific production on startups in tourism and leisure, a survey of secondary data was carried out using the Proknow-C tool (Ensslin et al., 2010). It consists of: (i) selection of a Bibliographic Portfolio, (ii) bibliometrics, (iii) systemic analysis and (iv) formulation of research questions and objectives. The main results present six main themes addressed by the articles analyzed in terms of method, type of data, research objective, sample and main results, which enabled the formulation of a future agenda. With this complete analysis of the scientific production on startups, not restricted to the tourism sector, we hope to bring an important theoretical and practical contribution, with the basis for new studies and support for technological development, research and innovation in these sectors.

Keywords: Startups; Tourism; Leisure; Proknow-C.

1. INTRODUÇÃO

O relatório de 2024 do Barômetro do Turismo sobre destinos turísticos e mercados emissores aponta melhorias das atividades do setor para os próximos anos em consequência do avanço da conectividade aérea global e da forte recuperação dos mercados, devendo retornar aos níveis anteriores à pandemia (ONU News, 2024). Essa força econômica que o turismo é capaz de movimentar está associada a uma intensa competição no setor, em várias escalas (Ruiz et al., 2014) em que se faz necessário inovar em busca de competitividade. Portanto é cada vez

mais comum encontrar nas empresas de lazer e de turismo, o uso das tecnologias como uma estratégia para se destacarem em meio à competitividade do setor. Nesta era digital, as empresas nos setores do lazer e do turismo têm se conscientizado do potencial benefício do uso das tecnologias e da análise de dados para aumentar o seu desempenho, vide o aumento de equipes de ciência de dados dentro das organizações, como é o exemplo de grandes empresas como Marriott, American Airlines, Spotify e Disney. Inclusive, pequenas startups que em sua maioria têm em seu fundador um especialista em ciência de dados (Cohen, 2018).

O uso de ferramentas tecnológicas é útil para a empresa alcançar seus potenciais clientes nos mais variados canais e também facilitar a interação com os seus clientes atuais. Elas podem interagir com seus clientes por meio de seu site, aplicativos como de geolocalização, atendimento via chatbot, redes sociais, e-mails, whatsapp, telegram, blog, youtube, e-mail marketing, anúncios no google, facebook e instagram. Outras ferramentas podem ser agregadas ao negócio como soluções de e-commerce, CRM, softwares de gestão, Small Data, Big Data e o uso da inteligência artificial para personalizar a oferta de produtos e serviços e melhorar o atendimento ao cliente. Exemplos disso é o uso da Realidade Virtual e da Realidade Aumentada para melhor transmitir as sensações do produto ou serviço ofertado, além do Metaverso, que seria uma opção capaz de despertar emoções, desejos e anseios por meio de uma experiência quase real (Borges, 2018; Cohen, 2018).

Em consonância a esse fato, as startups, que são caracterizadas pelo seu potencial de crescimento e pelo uso de tecnologias desde a sua concepção (Neubert, 2018), vêm se destacando no mercado de lazer e turismo. Exemplo disso é a startup Noytrall, que está na lista dos 15 projetos vencedores do “*Awake Tourism*” do ano de 2023. Com sede na cidade de Coimbra em Portugal, ela oferece tecnologia para hotéis e hóspedes com uma plataforma projetada para que os hotéis possam acompanhar o uso de energia e da água, de maneira simplificada e em tempo real (Awake Tourism Challenge, 2024; Noytrall, 2024).

As startups de lazer e turismo são responsáveis por trazerem soluções que atendam “as dores” dos clientes, diferente dos modelos de negócios tradicionais, como uma agência de viagens convencional ou um negócio do ramo de hospedagem. Elas buscam atender as demandas nos mais diversos setores, como hospedagem, transporte, eventos, alimentação, entretenimento, entre outros (Morais, 2020). No entanto, na literatura de gestão, lazer e de turismo, falta uma compreensão mais profunda da relação entre as startups como novas participantes no mercado e sobre sua relação com as empresas tradicionais e já estabelecidas nesses setores (Bianco, Zach, & Liu, 2022).

Para preencher essa lacuna e melhor compreender o tema, o objetivo desta pesquisa é analisar a produção científica sobre as startups no turismo e lazer. Para atingir a esse objetivo foi realizado um levantamento por meio de dados secundários extraídos das bases Scopus e Web of Science. Os dados contemplam artigos publicados no período de 2013 a 2024. Como ferramenta de orientação e organização dos dados foi utilizado o instrumento Proknow-C de Ensslin et al. (2010). Essa ferramenta engloba a seleção do portfólio bibliográfico, a pesquisa bibliométrica e a revisão sistemática deste material. Ela possibilita compreender o panorama geral sobre o tema para gerar uma base teórica para o pesquisador, permitindo ainda, encontrar lacunas e gerar alternativas para pesquisas futuras. Ao analisar o universo das startups no segmento de lazer e turismo, espera-se trazer uma contribuição teórica e prática no apoio ao desenvolvimento tecnológico, a pesquisa e a inovação. Esperam-se que os resultados possam ser base para o desenvolvimento de novos estudos como artigos científicos, dissertações e teses. A seguir, o trabalho está organizado em Revisão da Literatura, Metodologia, Resultado e Discussão (Revisão Bibliométrica, Análise Sistemática e Formulação de objetivos de pesquisa – agenda de pesquisa) por fim, a Conclusão.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Inovação, Turismo e Lazer.

A inovação é um termo amplo com um significado ainda mais amplo (Desta, 2018). A inovação é um fenômeno importante para a sociedade, uma vez que ela é composta pelos fatores que impulsionam as mudanças de realidade na vida das pessoas. Tais mudanças podem ser de origem econômica, tecnológica, cultural, política, social, geográfica, entre outras. A inovação é discutida não só no âmbito dos novos tipos de negócios que surgirão, mas na proposição de modelos, teorias, processos, ferramentas e instrumentos que expliquem melhorias e novos tipos de negócios enquanto fenômenos de impacto social. Um dos pioneiros do estudo da inovação, Schumpeter (1934) a descreve como a introdução comercial de um novo produto ou uma nova combinação de algo já existente (Landström, 2020). Ela também pode ser definida como as atividades necessárias para criar, implementar e comercializar produtos ou processos novos ou melhorados (OCDE 2005; West & Farr, 1990).

No lazer e turismo, há diversas possibilidades de inovação, como as inovações tecnológicas, que são aquelas que contemplam as inovações de produtos ou processos e há outros tipos de inovações que podem englobar novos modelos de negócios, novos mercados ou novos métodos organizacionais (Almeida, 2021). O próprio crescimento desses setores facilita

a descoberta de novas oportunidades de negócio e a formação de novas idéias em que o turismo contribui para o crescimento econômico, para o potencial de mercado e para o espírito criativo, utilizando a capacidade de inovar e a tecnologia para desenvolver melhorias na gestão, nos processos de comunicação, no desenvolvimento de novos produtos e na personalização das experiências (Gao, Gu, Niu, & Ryu, 2022; Silva & Filho, 2016). A inovação e o turismo têm uma grande relação visto que são desafios para esses setores por serem atividades experienciais em que o consumidor está envolvido na produção e no consumo do produto. Além de que há a forte competitividade nesses setores que demandam a busca pela inovação como um diferencial (Sebrae, 2023).

2.2 Startups e Empresas Tradicionais

A palavra “startup” apareceu pela primeira vez no contexto empresarial em 1976 e ganhou notoriedade nos Estados Unidos com o surgimento da chamada “bolha da internet” na década de 1990, segundo Gitahy (2010), para se referir a organizações nascentes ou em operação recente. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Sebrae (2023), não basta ser uma empresa recém criada (com registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ, da Secretaria Especial da Receita Federal inferior a dez anos). Para que uma organização possa ser considerada uma startup e nesse ponto ela difere das empresas tradicionais, ela deve possuir algumas características especificamente no quesito inovação. Essa inovação pode estar vinculada ao seu próprio modelo de negócios ou aos produtos/serviços por ela ofertados. O propósito do surgimento da startup é preencher lacunas existentes no mercado, fazendo algo novo e diferente do que já existe. Para a Associação Brasileira de Startups - Abstartup (2023), o que difere uma startup das demais empresas é a Inovação, a Escalabilidade, a Repetibilidade, a Flexibilidade e a Rapidez, conforme ilustrado na Tabela 1.

Tabela 1. Características das startups.

Características	Definição
Inovação	Apresentar algo novo em seu modelo de negócios, seja um produto/serviço novo, como elemento de diferenciação para o mercado a que se destina
Escalabilidade	Alcançar rapidamente um grande número de usuários a um custo relativamente baixo.
Repetibilidade	Replicar a experiência de consumo de seu produto ou serviço de forma simples, sem que isso lhe exija um custo financeiro e de capital humano na mesma proporção.
Flexibilidade	Estrutura enxuta com flexibilidade e autonomia para atender e se adaptar rapidamente as demandas do mercado global.

Fonte: Abstartup (2024).O que é uma startup. Recuperado de: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>

Outro diferencial em relação às empresas tradicionais é que as startups são, em sua maioria, empresas de alta tecnologia e fornecem produtos ou serviços inovadores, por vezes atuando como pioneiras em determinado segmento de mercado (Neubert, 2018). Elas possuem um modelo de negócios enxuto, flexível e de baixo custo, que contribui para que ela seja mais tolerante a riscos do que uma empresa já estabelecida com toda sua estrutura, pessoal e departamentos (SDS, 2017; Ries, 2011).

3. METODOLOGIA

O levantamento de dados para esta pesquisa foi feito por meio de dados secundários extraídos do Scopus e Web of Science. Os dados contemplam artigos publicados no período de 2013 a 2024. Como ferramenta de orientação e organização dos dados foi utilizado o instrumento Proknow-C (*Knowledge Development Process – Constructivist*) de Ensslin et al. (2010). Por ter viés construtivista, o Proknow-C tem o propósito de facilitar para que o pesquisador construa sua trilha de conhecimento baseado nos avanços científicos na área, por meio da compreensão da literatura analisada, utilizando a análise bibliométrica e a análise sistêmica. Além de permitir compreender o panorama geral sobre o tema e gerar uma base teórica para o pesquisador, essa técnica também possibilita encontrar lacunas e gerar

alternativas para pesquisas futuras. Ele é composto por etapas nas quais o pesquisador fará escolhas e delimitações de acordo com o objetivo da pesquisa, sendo elas:

- (i) seleção de um Portfólio Bibliográfico (PB);
- (ii) bibliometria,
- (iii) análise sistêmica e
- (iv) formulação de questões e objetivos de pesquisa.

O ponto forte do Proknow-C, de acordo com Ensslin et al. (2010) está em orientar o pesquisador na seleção e filtragem desses artigos de acordo com alinhamento e relevância científica. Para a bibliometria, análise sistêmica e na formulação de questões e objetivos de pesquisa, a fonte de dados é o próprio Portfólio Bibliográfico gerado na primeira etapa, no qual foram considerados os parâmetros relevantes para o tema.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Seleção do Portfólio Bibliográfico

A seleção do Portfólio Bibliográfico (PB), de acordo com Ensslin et al. (2010), consiste na busca nas bases e na seleção criteriosa dos artigos científicos considerados relevantes para o tema. A primeira ação para a seleção do PB foi a definição dos eixos de pesquisa e das palavras-chave correspondentes a cada eixo, para posteriormente determinar os operadores booleanos e os critérios de busca, conforme as etapas apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2. Resultados da seleção do PB

Etapas	Detalhamento
Eixos de Pesquisa	Eixo 1 - Inovação Eixo 2 – Startup Eixo 3 – Turismo e Lazer
Palavras-Chaves	Inovação (inovação; tecnologia) Startup (startup) Turismo e Lazer (turismo; viagem; entretenimento; turístico; hospitalidade; lazer; recreação; esporte; entretenimento)
Idioma	Português, Inglês e Espanhol

Operadores booleanos Or; And

((("INNOVATION" OR "TECHNOLOGY") AND ("STARTUP") AND ("TOURISM" OR "TRAVEL" OR "TOURISTICS" OR "HOSPITALITY" OR "LEISURE" OR "RECREATION" OR "SPORT" OR "ENTERTAINMENT"))

Bancos de Dados Scopus, Web of Science

Limitadores de Ano (2013 a 2024); artigos científicos; artigos completos pesquisa

Resultados:

Banco de Artigos Brutos 63

Banco de Artigos Brutos Não Repetidos 53

Banco de Artigos Brutos Não Repetidos e Título Alinhado 48

Banco de Artigos com Resumo Alinhado 23

Banco de Artigos alinhados na íntegra 18

Portfólio Bibliográfico (PB) 18

Com os resultados de 63 artigos obtidos pelas buscas, eles foram exportados para o Endnote, onde foram identificadas e excluídas as referências repetidas (10) e realizada a leitura dos títulos para verificar o seu alinhamento com o objetivo da pesquisa (48). Na seqüência, os artigos foram exportados para o Microsoft Excel e com o apoio do Google Acadêmico foi obtido o número de citações de cada artigo. Essa ação é recomendada para filtrar o banco de artigos quanto ao seu reconhecimento científico pelo número de citações. Aqui também se consideram os artigos recentes dos últimos dois anos e que ainda não tiveram tempo hábil para determinar um número de citações relevantes.

Para a leitura dos resumos, o Proknow-C recomenda a divisão do PB em artigos recentes e artigos mais citados (conforme ponto de corte estabelecido pelo pesquisador). No entanto, como o número de artigos resultantes da busca foi abaixo de 50, se optou por realizar a leitura dos resumos de todos os artigos do PB, sem nota de corte. Dos 48 artigos lidos, 23 têm o resumo alinhado ao tema. Estes passaram para a etapa da leitura na íntegra, que resultou na eliminação de 05 artigos, gerando um PB de 18 artigos selecionados, conforme a Tabela 3.

Tabela 3. Portfólio Bibliográfico (PB)

ID	REFERÊNCIA
1	Cohen, M. C. (2018). Big data and service operations. <i>Production and Operations Management</i> , 27(9), 1709-1723.
2	Binder, P., Mair, M., Stummer, K., & Kessler, A. (2016). Organizational innovativeness and its results: a qualitative analysis of SME hotels in Vienna. <i>Journal of Hospitality & Tourism Research</i> , 40(3), 339-363.
3	Dias, Á. L., Silva, R., Patuleia, M., Estêvão, J., & González-Rodríguez, M. R. (2022). Selecting lifestyle entrepreneurship recovery strategies: A response to the COVID-19 pandemic. <i>Tourism and Hospitality Research</i> , 22(1), 115-121.
4	Bogers, M., & Jensen, J. D. (2017). Open for business? An integrative framework and empirical assessment for business model innovation in the gastronomic sector. <i>British Food Journal</i> , 119(11), 2325-2339.
5	Rath, D., Satpathy, I., & Patnaik, B. C. M. (2019). Augmented reality (Ar) & virtual reality (Vr)-a channel for digital transformation in industrialization fostering innovation & entrepreneurship. <i>Int. J. Innov. Technol. Explor. Eng.</i> , 8(10), 3228-3236.
6	Almeida, F. (2020). The role of tech startups in the fight against COVID-19. <i>World Journal of Science, Technology and Sustainable Development</i> , 18(1), 64-75.
7	Bianco, S., Zach, F. J., & Liu, A. (2022). Early and late-stage startup funding in hospitality: Effects on incumbents' market value. <i>Annals of Tourism Research</i> , 95, 10343
8	Desta, T. (2018). ICT Innovations, entrepreneurship and hubs in East Africa: The case of Ethiopia. <i>African Journal of Science, Technology, Innovation and Development</i> , 10(6), 655-664.
9	Bhatt, N., Saurabh, P., & Verma, R. K. (2022). Technology startup ecosystem in India. <i>International Journal of Business Innovation and Research</i> , 27(4), 413-430
10	Hayduk, T., & Naraine, M. L. (2022). Can entrepreneurial ecosystems optimize the impact of mega-sport events? Evidence from the 2014 Fifa World Cup and 2016 Summer Olympic Games in Brazil. <i>Event Management</i> , 26(5), 1057-1076.

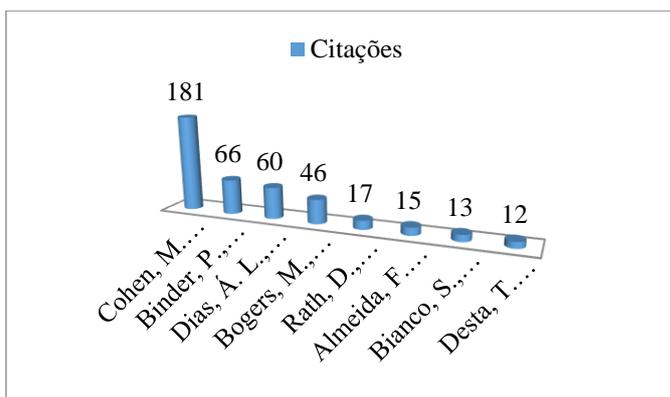
- 11 Khalil, J. F., & Zayani, M. (2022). Digitality and music streaming in the Middle East: Anghami and the burgeoning startup culture. *International Journal of Communication*, 16, 19.
- 12 Gao, X., Gu, Z., Niu, S., & Ryu, S. (2022). Effects of international tourist flow on startup financing: Investment scope and market potential perspectives. *SAGE Open*, 12(4), 21582440221126455.
- 13 Muttaqin, G. F., Ismail, T., Yunia, D., & Fazri, E. (2023). Beyond Performance: Distribution of Corporate Value and Customer Loyalty. *Calitatea*, 24(193), 296-305.
- 14 Kathuria, S., & Tandon, U. (2023). Conceptualizing blockchain in tourism consumer experience: implications for tourism marketing. *Global Knowledge, Memory and Communication*.
- 15 Martin-Rios, C., Hofmann, A., & Mackenzie, N. (2020). Sustainability-Oriented Innovations in Food Waste Management Technology. *Sustainability* 2021, 13, 210.
- 16 Sargolzaei, N., Razavi, S. M. H., Amirnejad, S., & Mohammadi, N. (2023). Designing a model for establishing holographic concept in sport startups. *Sport Sciences for Health*, 19(2), 573-580.
- 17 Na, J. C., Kim, E. J., & Kim, J. Y. (2024). Text Mining and Visualisation of Post-Covid-19 Metaverse Online News Related to Sports in South Korea. *Revista de Psicología del Deporte (Journal of Sport Psychology)*, 33(1), 44-55.
- 18 Greco, F., Carignani, F., Clemente, L., & Bifulco, F. (2024). Phygital as a Lever for Value Propositions in Italian Cultural Tourism Startups. *Sustainability*, 16(6), 2550.

Nota. O PB está ordenado por ordem decrescente de número de citações.

4.1.1 Bibliometria

A bibliometria traz a descritiva dos artigos mais citados, os periódicos com maior fator de impacto, as áreas, anos e países com maior número de artigos e os tipos de pesquisa mais frequentes dentro do portfólio. Os artigos com maior número de citações, considerando o critério de no mínimo 10 citações, estão apresentados na Figura 1, com destaque para os artigos de Cohen (2018) com 181 citações. Na sequência estão os artigos de Binder et al. (2016) e Dias et al. (2022) com 66 e 60 citações respectivamente. Vale ressaltar esse último que embora seja recente do ano de 2022 já ultrapassou 50 citações, ficando na terceira posição dentro do PB no quesito relevância científica.

Figura 1. Artigos mais citados



Nota. Os artigos estão ordenados por ordem decrescente.

Os dez (10) periódicos com maior fator de impacto são descritos na Tabela 4, sendo os três com maior fator o *Annals of Tourism Research*, *Production and Operations Management* e o *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Na figura é possível observar também o Hindex e o número de citações do Google Scholar, que analisados em conjunto demonstram a relevância científica enquanto reconhecimento pelos pesquisadores (citações) e reconhecimento pelos pares (fator de impacto). Os artigos de Cohen (2018), Binder et al. (2016) e Dias et al. (2022) permanecem entre os com maior relevância. O artigo de Bianco, Zach e Liu (2022) ocupa a primeira posição referente ao fator de impacto do periódico e Hindex, no entanto o número de citações é baixa, o que se justifica devido a sua publicação ser recente de 2022. Nesse caso, o artigo de Dias et al. (2022) se destaca nesse quesito.

Tabela 4. Periódicos com maior fator de impacto

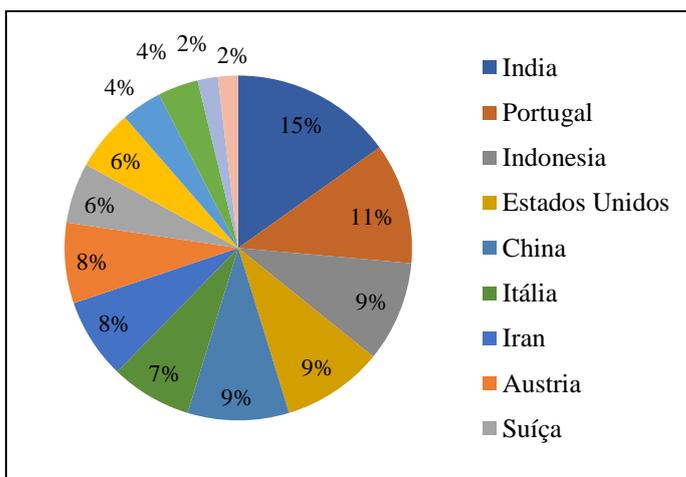
Autoria	Periódico	Citações	Hindex	Fator de Impacto SJR
Bianco, Zach e Liu (2022)	<i>Annals of Tourism Research</i>	13	216	3.45

Cohen (2018)	Production and Operations Management	181	138	3.04
Binder et al. (2016)	Journal of Hospitality & Tourism Research	66	88	1.33
Dias et al. (2022)	Tourism and Hospitality Research	60	52	0.83
Bogers e Jensen (2017)	British Food Journal	46	102	0.8
Khalil e Zayani (2022)	International Journal of Communication	3	61	0.72
Martin-Rios, Hofmann e Mackenzie (2020)	Sustainability	1	169	0.67
Greco et al. (2024)	Sustainability	0	169	0.67
Gao et al. (2022)	SAGE Open	3	60	0.51

Nota. Os artigos estão ordenados por ordem decrescente de fator de impacto.

A figura 2 mostra o Portfólio distribuído conforme o país de origem dos autores. Os cinco países com mais autores são Índia, Portugal, Indonésia e Estados Unidos, respectivamente. Como é possível observar não há nenhum autor brasileiro no portfólio.

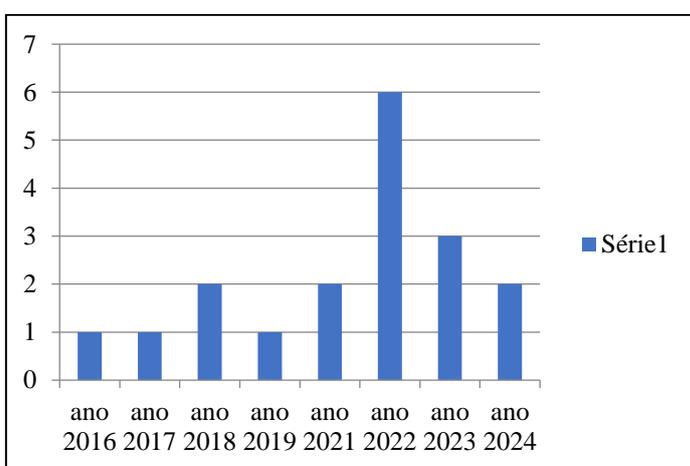
Figura 2. País de origem dos autores do PB



Nota. Os países estão ordenados por ordem decrescente.

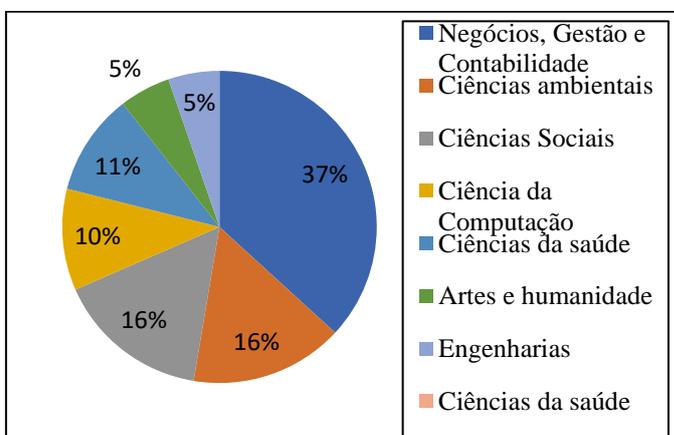
Na Figura 3, o portfólio está distribuído pela frequência de publicações por ano, com destaque para o ano de 2022 que apresenta o maior número de artigos. Uma explicação é que se trata de um tema relativamente novo que, após a pandemia de 2020 ganhou mais visibilidade no cotidiano das pessoas e conseqüentemente, originou mais estudos na área científica nesse período em diante.

Figura 3. Frequência de publicações por ano.



A Figura 4 apresenta as áreas de publicação do PB, com maior destaque para Negócios, Gestão e Contabilidade que é a área de Turismo. No entanto, surpreendentemente as áreas que envolvem tecnologia, como Engenharias e Ciências da Computação, obtiveram pouco destaque.

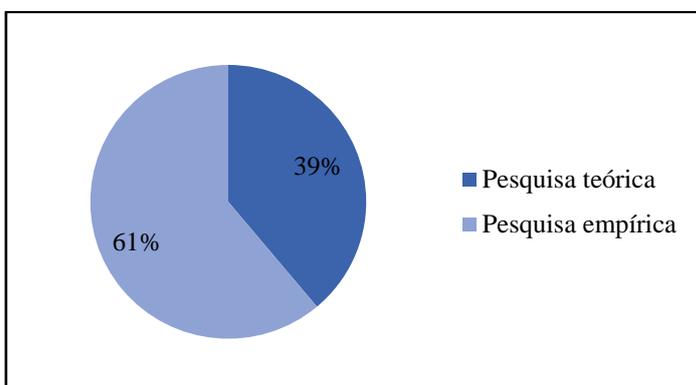
Figura 4. Áreas de publicações



Nota. As áreas estão ordenadas por ordem decrescente.

A Figura 5 apresenta os tipos de pesquisas que compõem os artigos do PB, com destaque para a pesquisa empírica com 61%.

Figura 5. Tipos de pesquisas



Com a bibliometria é possível analisar cada artigo do PB, descrevendo seu objetivo de pesquisa, método e principais resultados para que, com base nessas informações, seja possível realizar a última etapa do Proknow-C que é formular objetivos para dar continuidade com novos estudos organizados em uma agenda de pesquisas futuras.

4.1.2 Análise Sistêmica

O panorama geral do PB está sintetizado na Figura 6 em ordem de relevância científica e refletem os principais temas estudados dentro da temática de startups nos setores de lazer e turismo. Esses temas foram analisados e classificados em seis temáticas: Tecnologia; Centros de Inovação; Gestão e Finanças; Hotelaria e Gastronomia; Entretenimento e; Enfrentamento a Pandemia, descritas na seqüência.

4.1.3 Tecnologia

O artigo de Cohen (2018) faz uma análise teórica de como o Big Data está moldando o setor de serviços. Ele analisa as contribuições atuais e futuras da exploração e análise de dados realizado pelas startups de plataformas digitais e a sua aplicação nas empresas tradicionais do

setor de transporte aéreo e terrestre, financeiro, hospedagem e entretenimento. A principal contribuição deste trabalho além da detalhada revisão é a visão sobre as diversas possibilidades que podem ser exploradas entre as startups e seus utilizadores.

Rath et al. (2019) focaram no impacto de startups de Realidade Virtual e Realidade Aumentada na promoção da inovação no setor de turismo e hospitalidade. Como resultado, o estudo aponta medidas a serem incorporadas pelas instituições considerando o papel importante e a multifuncionalidade dessas tecnologias como um mecanismo de aprendizagem na educação de jovens. Kathuria e Tandon (2023) examinam casos de startups que operam na aplicação de blockchain no turismo. Com isso foi possível desenhar o impacto dessa tecnologia no setor, podendo moldar a experiência dos clientes através da promoção da confidencialidade, da cocriação e do planejamento eficaz do destino.

Greco et al. (2024) exploram o conceito de startups de turismo cultural com a noção de ‘phygital’ (uma mistura de realidades físicas e digitais) com um estudo de casos múltiplos de quatro startups italianas. Sendo elas: Loquis (podcasts de viagens), Meravilio (Plataforma de viagens virtuais que oferece passeios globais imersivos e interativos remotamente), Way Experience (Exploração cultural aprimorada por Realidade Virtual combinando história com imersão digital) e Mappina (Plataforma colaborativa de mapeamento que enriquece narrativas urbanas através do envolvimento dos cidadãos). Os resultados apontam que as startups são as principais impulsionadoras da evolução do mercado turístico e contribuem significativamente para a difusão da inovação e preservação do patrimônio cultural. Por fim, o estudo de Na et al. (2024) traz o papel do Metaverso na promoção do esporte e da atividade física ressaltando a necessidade de colaboração entre ministérios, departamentos e agências governamentais para facilitar a ativação de startups relacionadas ao metaverso, pequenas e médias empresas, universidades e institutos de pesquisa.

4.1.4 Centros de inovação

Desta (2018) investigou os aspectos da inovação dentro de dois centros tecnológicos na Etiópia e concluíram que a natureza da inovação nesses locais se caracteriza como um tipo de inovação de “baixa escala ou doméstica”, que compreende a modificação ou melhoria de produtos ou processos ao invés de inovações inventivas. No entanto, essa característica pode mudar à medida que surgem mais empresas avançadas em tecnologias como nas áreas da computação em nuvem e da inteligência artificial. Bhatt et al. (2022) investigaram o crescimento do atual ecossistema de startups de tecnologia indiano, classificaram e analisaram

cada constituinte como estrutura política, ambiente educacional, apoio financeiro de fundos nacionais e internacionais e organizações de apoio como incubadoras, aceleradores, com sugestões de medidas e melhorias.

4.1.5 Gestão e finanças

No setor econômico e financeiro se destacam os estudos de Bianco, Zach e & Liu (2022), que investigaram o efeito das rodadas de financiamento recebidas por startups de viagens para avaliar o conhecimento do mercado de ações sobre esses potenciais novos participantes. Os resultados demonstraram que o valor de mercado das empresas tradicionais de hospedagem são afetados positivamente quando as startups desses segmentos recebem financiamento. Isto significa que o mercado de ações reconhece o investimento em startups como um sinal confiável e positivo para a indústria hoteleira em geral. Já Gao et al. (2022) investigaram como o fluxo turístico internacional de um país afeta o financiamento de startups e concluíram que o desenvolvimento do turismo internacional pode promover o financiamento para as startups.

Muttaqin et al. (2023) examinaram a importância de construir o valor corporativo da empresa por meio da melhoria do desempenho com base na inovação. Por meio de questionários com gestores de startups nas áreas de comércio eletrônico, transportes, viagens e alojamento, educação, saúde, finanças, seguros e agricultura, eles analisaram que a liderança empática determina a inovação, o desempenho operacional e o trabalho.

4.1.6 Hotelaria e gastronomia

Binder et al. (2016) identificaram as diferentes formas de inovação resultantes de diferentes modelos organizacionais no setor hoteleiro, envolvendo startups e empresas tradicionais. Eles identificaram que os hotéis startups têm em comum é uma baixa porcentagem de atividades de inovação em tempo total de trabalho em que após a fase de inicialização e o estabelecimento do novo produto no mercado, o foco principal está em alcançar estabilidade e eficiência. Alinhado a esses resultados, Bogers e Jensen (2017) identificaram nove clusters que representam diferentes modelos de negócios em termos de criação de valor, segmentação e

utilização de recursos, destacando modelos de negócios mais fechados ou abertos, tanto para startups como para empresas estabelecidas na gastronomia e no setor agroalimentar em geral.

Martin-Rios Hofmann e Mackenzie (2020) analisaram como as startups de tecnologia fornecem suporte tecnológico para quantificar e medir o desperdício de alimentos. Eles realizaram um estudo de caso com uma startup tecnológica que presta serviços a empresas HORECA para abordar uma nova forma de as empresas resolverem o desafio do desperdício alimentar. Os principais resultados apontam que a adoção de inovações tecnológicas para quantificar e minimizar o desperdício através de colaborações com empresas terceirizadas pode ser uma forma estratégica e econômica de complementar as atividades de inovação aberta de uma empresa.

4.1.7 Entretenimento

Hayduk e Naraine (2022) usaram dois megaeventos como a Copa do Mundo FIFA de 2014 e os Jogos Olímpicos de Verão de 2016 para analisar se os ecossistemas empreendedores podem desempenhar um papel no aumento do impacto das megaeventos esportivos numa região anfitriã. Com uma amostra de 2.951 transações de capital de risco feitas para startups em América do Sul, eles concluíram que o fato do Brasil sediar esses megaeventos não contribuiu para o aumento de investimentos nas startups brasileiras. O único resultado positivo foi para a cidade de São Paulo, no entanto, ela já tem um ecossistema desenvolvido e ainda, o efeito foi apenas durante o período dos eventos.

Khalil e Zayani (2022) examinaram como a Anghami (plataforma de streaming líder no Médio Oriente Árabe e a primeira empresa árabe de tecnologia a ser listada na Nasdaq) define a sua cultura de startup de acordo com os valores econômicos, culturais e políticos prevalecentes na região. Os autores analisam que essa crescente cultura de startups influencia as práticas estabelecidas da indústria da música e cria comunidades digitais mais conectadas. Sargolzaei et al. (2023) projetaram um modelo para estabelecer conceitos holográficos em startups esportivas. Ao final, eles desenvolveram um modelo com 60 subcategorias e 19 categorias principais. Os resultados deste estudo mostram que as variáveis holográficas em startups desportivas têm um impacto direto positivo e significativo no empreendedorismo organizacional.

Figura 6. Análise sistêmica.

Autoria	Método	Dados	Objetivo	Amostra	Resultados
Cohen (2018)	revisão	secundários	Descrever como o Big Data está moldando o setor de serviços por meio das startups.	setores financeiro, transporte terrestre e aéreo, hospedagem e entretenimento	Apontam um contraponto entre os benefícios da exploração dos dados e as armadilhas e riscos inerentes.
Binder et al. (2016)	qualitativo	primários	Identificar as diferentes formas de inovação organizacional e seus resultados no setor hoteleiro	12 startups e pequenas e médias empresas do setor hoteleiro vienense	Identificaram 4 tipos de inovação (renovação sistemática, melhoria sistemática, adaptação e startups).
Dias et al. (2022)	quantitativo	primários	Identificar indicadores de estratégias de recuperação de negócios no contexto da pandemia	26 participantes (startups e empresas tradicionais de destinos turísticos)	A inovação e a qualificação são prioridades para a revitalização de pequenos negócios no turismo
Bogers & Jensen (2017)	quantitativo	primários	Identificar diferentes modelos de negócios no setor gastronômico e avaliar onde pode haver	base de dados de 2.141 restaurantes dinamarqueses	Encontraram 9 clusters de modelos de negócios de criação de valor, segmentação e

			oportunidades para a inovação.		utilização de recursos
Rath, Satpathy, & Patnaik (2019)	revisão	secundários	Estudar o impacto de startups de Realidade Virtual e Realidade Aumentada na promoção da inovação no setor de turismo	Revisão de artigos	O papel da RV e RA como um mecanismo de otimização na aprendizagem dos jovens que promovem a inovação
Almeida (2021)	qualitativo	secundários	Explorar a contribuição da startups tecnológicas portuguesas através do movimento Tech4Covid	28 projetos da Tech4Covid	Os projetos contribuíram em serviços de saúde e educação e negócios e entretenimento e lazer.
Bianco, Zach, & Liu (2022)	quantitativo	secundários	Investigar o efeito do financiamento para as startups de viagens	estudo de eventos	O financiamento em fase inicial para startups e empresas tradicionais tem um efeito negativo e positivo, respectivamente
Desta (2018)	qualitativo	primários	Investigar a inovação dentro	15 entrevistas em dois	A inovação é do tipo de “baixa

			da comunidade de startups etíope do centro de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).	centros de startups em Adis Abeba).	escala”, envolvida na modificação ou melhoria de produtos ou processos e não do tipo inventiva.
Bhatt, Saurabh, & Verma (2022)	revisão	secundários	Descrever o crescimento do atual ecossistema de startups de tecnologia indiano com uma abordagem holística.	estudo de caso	Classifica o ecossistema de startups como estrutura política, ambiente educacional, apoio financeiro, organizações de apoio como incubadoras, aceleradores.
Hayduk, & Naraine (2022)	quantitativo	secundários	Analisar se ecossistemas empreendedores podem desempenhar um papel no aumento do impacto da realização de megaeventos esportivos	2.951 transações de capital de risco para startups da América do Sul (Copa do Mundo FIFA de 2014 e nos Jogos Olímpicos de	O fato do Brasil sediar os dois megaeventos teve pouca influencia no aumento das startups brasileiras em geral.

			numa região anfitriã.	Verão de 2016)	
Khalil & Zayani (2022)	revisão	secundários	Examinar a virada digital nos setores de mídia de entretenimento, com especial atenção ao streaming de música no Oriente Médio.	Estudo de caso de uma plataforma de streaming líder no Médio Oriente Árabe.	A cultura de startups influencia as práticas do setor da música, redefinindo as partes interessadas e criando comunidades digitais
Gao et al. (2022)	quantitativo	secundários	Examinar como o fluxo turístico internacional afeta o financiamento de startups	20.475 startups (53 países) no período de 1995 a 2014.	As startups registradas em países com turismo mais próspero obtiveram maior injeção de capital.
Kathuria & Tandon (2023)	revisão	secundários	Examinar o papel da tecnologia blockchain no fortalecimento do mix de marketing e seus impactos na indústria do turismo	revisão sistemática da literatura entre 2016 e 2022.	As startups que operam na aplicação de blockchain no turismo, demonstraram o impacto dessa tecnologia nos 4Ps

Muttaqin et al. (2023)	quantitativo	primários	Examinar a importância do valor corporativo e a fidelidade do cliente por meio da melhoria do desempenho.	survey com 224 gestores de startups indonésias	A liderança empática determina a inovação, o desempenho operacional e no trabalho.
Martin-Rios et al. (2020)	qualitativo	primários	Analisar como as startups de tecnologia contribuem para quantificar e medir o desperdício de alimentos	estudo de caso com a startup tecnológica que presta serviços a empresa HORECA	As colaborações com empresas terceirizadas é uma forma estratégica e econômica de complementar as atividades de inovação aberta.
Greco et al. (2024)	revisão	secundários	Fornecer insights sobre as tendências de mercado moldadas por startups culturais com foco no turismo.	Estudo de caso de startups italianas	Os modelos phygital melhoram as experiências dos turistas e a conservação do patrimônio cultural
Sargolzaei et al. (2023)	misto	primários	Projetar um modelo para estabelecer conceitos holográficos em	entrevistas e questionários com especialistas	Desenvolveram um modelo com 19 categorias do conceito holográfico em

			startups esportivas.		startups esportivas.
Na, Kim, & Kim, (2024)	revisão	secundário	Analisar a importância do metaverso na promoção do esporte e da atividade física.	Dados de notícias online coletados sobre o Metaverso dos três principais portais da Coreia do Sul	Indicam a necessidade de colaboração entre ministérios, departamentos e agências governamentais para facilitar a ativação de startups relacionadas ao metaverso, pequenas e médias empresas, universidades e institutos de pesquisa.

4.1.8 Enfrentamento da pandemia

Dias et al. (2022) identificaram os indicadores mais relevantes para selecionar as estratégias de recuperação de empreendedores do tipo lifestyle no contexto da pandemia (separando em startups e empresas tradicionais) de destinos turísticos. Como principal resultado, as startups do tipo lifestyle tiveram maior prioridade em inovação e na qualificação dos empreendedores, ao contrário dos modelos tradicionais de competitividade dos destinos. No mesmo tema da pandemia, Almeida (2021) analisou a contribuição das startups portuguesas participantes do programa de enfrentamento a covid Tech4Covid, que reúne mais de 5.000 voluntários, 120 empresas e 28 projetos. Os achados demonstraram o envolvimento das startups com uma série de equipes multidisciplinares que se apoiaram para maximizar o valor dos

projetos e desenvolvê-los o mais rápido possível para atender às pessoas que dele necessitaram. Estes projetos assumiram uma dupla missão de ajudar as populações mais diretamente afetadas pela COVID-19 e também os diversos setores sociais e econômicos que tiveram o encerramento temporário das suas atividades. Por exemplo, o projeto “Vejo em Casa” ofereceu uma plataforma de conteúdos diversificados em formato de streaming gratuito que permitiu conectar artistas e espectadores.

5. FORMULAÇÃO DE QUESTÕES E OBJETIVOS DE PESQUISAS FUTURAS

Esta etapa de formulação de questões e objetivos de pesquisas futuras tem o intuito de apresentar insights para uma agenda de pesquisa com base nas lacunas identificadas no portfólio bibliográfico analisado. Embora seis temáticas tenham sido abordadas nesses estudos, eles não contemplam o tema em sua totalidade, deixando lacunas não preenchidas que poderão se tornar questões e objetivos de pesquisas futuras para artigos científicos, dissertações e teses, conforme descrito na Figura 7.

Figura 7. Agenda de pesquisa

Lacuna identificada nos estudos	Questões e objetivos de pesquisas futuras	Referência
A falta de padrão na categorização das inovações é ainda problemática o que dificulta a comparabilidade	Criar um modelo de indicadores padronizados para a inovação no turismo	Binder et al. (2016)
A análise qualitativa sobre a inovação nos hotéis vienenses representa um “instantâneo” o que exige cautela adicional no estabelecimento de relações causais.	Fornecer estudos quantitativos longitudinais para estabelecer relações causais sobre a inovação no contexto da hotelaria	Binder et al. (2016)
Falta usar os indicadores para medir empreendedores lifestyle e aplicar em outros contextos	Estabelecer indicadores de startups lifestyles e aplicar o modelo em outros contextos	Dias et al. (2022)
Este estudo não pretendeu considerar exaustivamente todos os projetos de combate aos efeitos diretos e indiretos da COVID-19 promovidos por startups	Comparar outros projetos de startups para o combate a covid no turismo promovido em outros países	Almeida (2021)

É necessário realizar um estudo quantitativo para avaliar o impacto dos projetos na vida das pessoas e organizações (pós Covid) considerando múltiplas perspectivas como o impacto social e econômico	Avaliar quantitativamente o impacto social e econômico de projetos de startups para o combate a covid no turismo considerando a retomada no pós covid	Almeida (2021)
Pesquisas futuras poderão ampliar a análise sobre os investimentos em startups e seus efeitos no mercado, investigando as empresas localizadas em outros países além dos EUA	Analisar os investimentos em startups e seus efeitos no mercado em empresas localizadas em outros países	Bianco, Zach e Liu (2022)
Os achados apresentados no estudo abrem um amplo espaço para pesquisas futuras analisarem outros megaeventos (esportivos e não esportivos), incluindo análises qualitativas	Analisar quali e quantitativamente megaeventos esportivos e não esportivos e o ecossistema de startups	Hayduk e Naraine (2022)
Pesquisas futuras podem ser baseadas nos usos e aplicações de blockchain da estrutura identificada nos vários estágios da experiência de viagem.	Analisar o uso de blockchain nos vários estágios da experiência de viagem	Kathuria e Tandon (2023)
Estudos futuros podem se concentrarem em modelos de startups de turismo cultural e na forma como estas tentarão otimizar as suas abordagens, envolvendo o público e todas as partes interessadas	Descrever modelos de startups de turismo cultural e seus efeitos no público e nas partes interessadas	Greco et al. (2024)

6. CONCLUSÃO

Este estudo atingiu o objetivo proposto de analisar a produção científica sobre as startups no turismo e lazer. Para isso foi necessário realizar um levantamento de dados secundários das bases científicas Scopus e Web of Science, no período de 2013 a 2024, seguindo as orientações da ferramenta Proknow-C de Ensslin et al. (2010). Como resultado se

obteve a seleção de um Portfólio Bibliográfico (PB) criteriosamente selecionado com a análise deste PB por meio da bibliometria gerando os resultados quanto à frequência de artigos e periódicos mais citados, distribuição de artigos por ano e países, áreas e tipos de pesquisas. E por meio da análise sistêmica se identificaram seis temáticas abordadas pelos artigos, sendo elas: Tecnologia; Centros de Inovação; Gestão e Finanças; Hotelaria e Gastronomia; Entretenimento e; Enfrentamento a Pandemia. Ainda foi possível analisar e descrever pela análise sistêmica, os artigos do PB quanto ao método abordado, tipo de dados, objetivo de pesquisa, amostra e principais resultados alcançados.

Por fim, as análises possibilitaram a formulação de questões e objetivos de pesquisa para uma agenda futura visto que, embora seis temáticas tenham sido abordadas nesses estudos, elas não contemplam o tema em sua totalidade, deixando lacunas. Com essa completa análise da produção científica sobre as startups, não restringindo somente ao setor de turismo, mas englobando o setor de lazer, espera-se trazer uma importante contribuição teórica e prática no apoio ao desenvolvimento tecnológico, a pesquisa e a inovação desses setores. A rigorosa análise aqui apresentada pode servir de base para o referencial de demais estudos da área. Do mesmo modo, estes resultados juntamente com as lacunas identificadas e a agenda de pesquisa, poderão possibilitar o desenvolvimento de novos estudos como artigos científicos, dissertações e teses que contribuirão com o avanço científico da área.

REFERÊNCIAS

- Abstartups (2023) O que é uma startup. Recuperado de: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>
- Almeida, F. (2021). The role of tech startups in the fight against COVID-19. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 18(1), 64-75.
- Awake Tourism Challenge. UNWTO (2024) Vencedores do “Awake Tourism” Recuperado de <https://www.unwto.org/unwto-awake-tourism-challenge>
- Bhatt, N., Saurabh, P., & Verma, R. K. (2022). Technology startup ecosystem in India. *International Journal of Business Innovation and Research*, 27(4), 413-430.
- Bianco, S., Zach, F. J., & Liu, A. (2022). Early and late-stage startup funding in hospitality: Effects on incumbents' market value. *Annals of Tourism Research*, 95, 103436.
- Binder, P., Mair, M., Stummer, K., & Kessler, A. (2016). Organizational innovativeness and its results: a qualitative analysis of SME hotels in Vienna. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(3), 339-363.
- Bogers, M., & Jensen, J. D. (2017). Open for business? An integrative framework and empirical assessment for business model innovation in the gastronomic sector. *British Food Journal*, 119(11), 2325-2339.

- Borges, M. P. (2018) Blog. O Agente no Turismo. Recuperado em janeiro 2024 de <https://agentenoturismo.com.br/2018/10/25/a-transformacao-digital-no-turismo/>
- Cohen, M. C. (2018). Big data and service operations. *Production and Operations Management*, 27(9), 1709-1723.
- Desta, T. (2018). ICT Innovations, entrepreneurship and hubs in East Africa: The case of Ethiopia. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 10(6), 655-664.
- Dias, Á. L., Silva, R., Patuleia, M., Estêvão, J., & González-Rodríguez, M. R. (2022). Selecting lifestyle entrepreneurship recovery strategies: A response to the COVID-19 pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 22(1), 115-121.
- Ensslin, L., Ensslin, S. R., Lacerda, R. T. D. O., & Tasca, J. E. (2010). ProKnow-C, knowledge development process-constructivist. *Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI. Brasil*, 10(4), 2015.
- Gao, X., Gu, Z., Niu, S., & Ryu, S. (2022). Effects of international tourist flow on startup financing: Investment scope and market potential perspectives. *SAGE Open*, 12(4), 21582440221126455.
- Gitahy, Y. (2010) O que é uma startup? Blog Revista Exame. São Paulo. Recuperado em janeiro 2024 de <http://exame.abril.com.br/pme/dicas-de-especialista/noticias/o-que-e-uma-startup>>:.
- Greco, F., Carignani, F., Clemente, L., & Bifulco, F. (2024). Phygital as a Lever for Value Propositions in Italian Cultural Tourism Startups. *Sustainability*, 16(6), 2550.
- Hayduk, T., & Naraine, M. L. (2022). Can entrepreneurial ecosystems optimize the impact of mega-sport events? Evidence from the 2014 Fifa World Cup and 2016 Summer Olympic Games in Brazil. *Event Management*, 26(5), 1057-1076.
- Kam, P. T. (2017). Influence of Augmented Reality in Showcasing the Digital Tourism Experience for Future Travellers with Human Touch. *International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering*, Vol.5, Edição Especial 2.
- Kathuria, S., & Tandon, U. (2023). Conceptualizing blockchain in tourism consumer experience: implications for tourism marketing. *Global Knowledge, Memory and Communication*.
- Khalil, J. F., & Zayani, M. (2022). Digitality and music streaming in the Middle East: Anghami and the burgeoning startup culture. *International Journal of Communication*, 16, 19.
- Landström, H. (2020) The Evolution of Entrepreneurship as a Scholarly Field. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, v. 16, n. 2, p. 65-243.
- Martin-Rios, C., Hofmann, A., & Mackenzie, N. (2020). Sustainability-Oriented Innovations in Food Waste Management Technology. *Sustainability* 2021, 13, 210.
- Morais, I. D. V. R. D. (2020). Turismo e inovação: uma análise dos incentivos à startups de turismo no Brasil.
- Muttaqin, G. F., Ismail, T., Yunia, D., & Fazri, E. (2023). Beyond Performance: Distribution of Corporate Value and Customer Loyalty. *Calitatea*, 24(193), 296-305.

- Na, J. C., Kim, E. J., & Kim, J. Y. (2024). Text Mining and Visualisation of Post-Covid-19 Metaverse Online News Related to Sports in South Korea. *Revista de Psicologia del Deporte (Journal of Sport Psychology)*, 33(1), 44-55.
- Neubert, M. (2018). The impact of digitalization on the speed of internationalization of lean global startups. *Technology Innovation Management Review*, 8(5).
- Noytrall. (2024). Startup vencedora do Awake Tourism?. Recuperado de: <https://noytrall.com/pt>
- ONU NEWS. Nações Unidas. (2024). Recuperado de: <https://news.un.org/pt/story/2024/01/1826512>
- Rath, D., Satpathy, I., & Patnaik, B. C. M. (2019). Augmented reality (Ar) & virtual reality (Vr)-a channel for digital transformation in industrialization fostering innovation & entrepreneurship. *Int. J. Innov. Technol. Explor. Eng*, 8(10), 3228-3236.
- Ries, E. (2012) *A Startup Enxuta*. São Paulo: Leya. 275p
- Sargolzaei, N., Razavi, S. M. H., Amirnejad, S., & Mohammadi, N. (2023). Designing a model for establishing holographic concept in sport startups. *Sport Sciences for Health*, 19(2), 573-580.
- SDS (2017) Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico Sustentável, Santa Catarina. *Guia de Implantação dos Centros de Inovação: Livro II - Plano de Implantação*. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico Sustentável. Florianópolis: SDS.
- Sebrae. (2023). Conheça as fases de uma startup Atualizado em 10/01/2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-fases-de-uma-startup,2db406cf4fc95810VgnVCM1000001b00320aRCRD>
- West, M. A., & Farr, J. L. (1990). Innovation at Work. In *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*, 3–13. Chichester: Wiley.