

# Panorama das startups no setor turístico brasileiro

*Overview of startups in the brazilian tourism sector*

---

**Maraiza Santana dos Santos**

Universidade Federal de Sergipe-UFS, Brasil  
[mara.iza.santana@hotmail.com](mailto:mara.iza.santana@hotmail.com)

**Francisco Sandro Rodrigues Holanda**

Universidade Federal de Sergipe-UFS, Brasil  
[contato@matheusfelizola.com](mailto:contato@matheusfelizola.com)

**Luiz Diego Vidal Santos**

Universidade Federal de Sergipe-UFS, Brasil  
[vidal.center@academico.ufs.br](mailto:vidal.center@academico.ufs.br)

**Matheus Pereira Mattos Felizola**

Universidade Federal de Sergipe-UFS, Brasil  
[contato@matheusfelizola.com](mailto:contato@matheusfelizola.com)

**Márcio Manini da Silva Florencio**

Universidade Federal de Sergipe-UFS, Brasil  
[marcio\\_nannini@hotmail.com](mailto:marcio_nannini@hotmail.com)

## Resumo

A presente pesquisa teve como objetivo apresentar o panorama das startups no setor de turismo cadastradas na base de dados - StartupBase. Nessa base encontram-se startups no roteiro de dados, havendo também no país ainda startups pré-aceleradas incubadas dentro de instituições ou empresas de fomento, ainda em sua fase inicial. Outras Startups surgem a partir de iniciativas individualizadas e acabam não sendo computadas na análise da StartupBase. Assim, nesse estudo é

## Abstract

*This research aims to present an overview of startups in the tourism business registered in the database - StartupBase. On this basis, we found startups in the data roadmap, and there are also pre-accelerated startups in the country, incubated within institutions or development companies, still in their initial phase. Besides, other Startups arise from individualized initiatives and end up not being included in the analysis of StartupBase. Thus, in this study, a scenario of data from startups in Brazil is*

apresentado um cenário de dados de *startups* no Brasil se mostrando nas seguintes fases: fora de operação, tração, ideação e *scale up* que identificam as inovações e tecnologias desenvolvidas. Observou-se maior número de *startups* no estado de São Paulo com 65 e entre os 10 estados levantados. Outro indicador de destaque nas categorias identificadas, é que a SEBRAE Capital Empreendedor e a Troposlab possuem um número maior com 5 *startups* e que no segmento de Eventos e Turismo observou-se 218 *startups* cadastradas, com somente 24 destas possuindo o selo da badges, que são emblemas digitais que representam simbolicamente através de nomenclaturas, competências e realizações das *startups*. Todos esses aspectos envolvem a discussão sobre a importância das *startups* para a economia no país, especificamente no setor de turismo, sendo a criação de *startups* importante para a o aumento de pesquisas, conhecimentos, oportunidades para a geração de emprego e principalmente para o enfrentamento da competitividade no mercado.

*displayed, whether in the following phases: out of operation, traction, ideation and scaleup, which identify the innovations and developed technologies. There was a higher concentration of startups in São Paulo with 65 among the 10 states. Another indicator of the categories identified was that SEBRAE Capital Empreendedor and Troposlab have a larger number with 5 startups and the segment of Events and Tourism has 218 registered startups and, among them, only 24 out of 218 have the badge of badges, which are digital emblems that symbolize competencies and achievements. All these aspects involve a discussion on the importance of startups for the country economy, specifically in the tourism business. The creation of startups is important to the increase of research, knowledge, opportunities for the job creation and mainly for the confrontation of competitiveness in the market.*

**Palavras-chave:** tecnologia; turismo, *StartupBase*.

**Keywords:** technology; tourism; *StartupBase*.

## 1. Introdução

A discussão sobre o tema empreendedorismo nas últimas décadas vem ganhando força e crescimento graças ao surgimento de novas empresas e também pela importância do setor na economia nacional, com enfoque nas práticas e projetos inovadores para resistir ao cenário competitivo no mercado. Em razão disso, nos últimos anos tem se tornado comum o emprego do termo *startup*, usado para identificar as empresas que, em seu estágio inicial, possuem um modelo de negócios escalável e repetível geralmente ligado à inovação tecnológica, em torno de um ambiente de extrema incerteza (Andrade, Montenegro, de Sousa Lima, de Assunção Montenegro, & Srinivasan, 2017; Paiva & Almeida, 2018).

Quando falamos de *Startups* significa dizer que, é uma forma de extrair boas ideias do papel que são modificadas e transformadas em realidade de mercado, e dessa forma podem ser classificadas como atividades de empreendedorismo inovador. Apresentam-se alguns exemplos de *startups* que posteriormente se destacaram no mercado mundial como grandes empresas: *Facebook*, *Peixe Urbano*, *Groupon*, *Easy Taxi*, *BuscaPé* e tantos outros, que se mostram como inspirações para empresas de base tecnológica ou não, que atuam no mercado em diversas áreas e setores trazendo inovações em seus produtos ou serviços. (Chen, Ho, & Tsai, 2018; Sarmiento, 2016).

Devido ao crescente número de *startups* que são criadas pelo mundo, concomitantemente ocorre à existência de mortalidade. Em decorrência disso, muitas *startups* buscam apoio financeiro em seu estágio inicial, momento em que seus produtos e serviços ainda não estão sendo comercializados, ocorrendo às vezes o não sucesso dos projetos (Hasan, Khalil, & Sun, 2017).

No Brasil existem diversas políticas governamentais de fomento ao desenvolvimento das *startups*, destacando -se o Programa *Startup* Brasil e o Brasil Mais TI do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Instituições como a Organização das Nações Unidas (ONU) e governos de países como EUA, Israel e Índia, têm investido também em programas dessa natureza, com a convicção de que o Empreendedorismo Tecnológico é capaz de trazer benefícios como crescimento econômico e diminuição de desigualdades sociais (Jain, George, & Maltarich, 2009; MCTI, 2016)

O termo “startups” é sinônimo de iniciar uma empresa e colocá-la em funcionamento. O SEBRAE conceitua *startup* “como um grupo de pessoas trabalhando com uma ideia diferente que, aparentemente, poderia fazer dinheiro”. Assim, a partir de um estudo realizado pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) 4 e do Serviço Brasileiro de Apoio à Pequenas Empresas (SEBRAE) identificou-se que, mesmo em momentos de crise, o mercado das *startups* continua sendo atrativo. O Estudo de Impacto Econômico, Segmento de Incubadoras de Empresas do Brasil (ANPROTEC & SEBRAE, 2016) indica que o faturamento de empresas que têm apoio de incubadoras já passa de 15 bilhões por ano (Paiva & Almeida, 2018).

Todas essas transformações são consequências e resultados da Revolução Digital existente no século XXI, onde com a inovação e o desenvolvimento dos setores de alta tecnologia, houve a necessidade de reestruturação em várias áreas empresariais, inclusive no turismo. Tais transformações são principalmente creditadas à disponibilidade das tecnologias de informação usadas para realizar as atividades no setor no planejamento, organização e controle relacionados à oferta e demanda existente (Grützmann et al., 2019). Dessa forma, os impactos das inovações, das tecnologias da informação e comunicação foram sendo incorporadas no setor de turismo assim como novas ampliações em relação às formas de comunicação com clientes e potenciais clientes no mercado turístico, que se desenvolveram e conquistaram melhorias no setor (Jeong & Ramírez-Gómez, 2017; Magnaye, 2019; Warren & Becken, 2017).

O setor de turismo nos últimos anos vem se destacando no cenário econômico, como um dos mais importantes do mundo. De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, em 2020 com o agravamento da Pandemia ocorrida pelo vírus SARS-COV-2 o mercado turístico sofreu uma queda de 92 milhões de setores de trabalhos perdidos, isso refletiu a uma queda de 30% do que este setor apresentou em 2019 já que este mercado apresentou um impacto direto, indireto e induzido de viagens e turismo foi responsável por US\$ 8,9 trilhões de contribuição para o PIB mundial, 10,3% do PIB global 330 milhões de empregos representou 1 em cada 10 vagas de em todo o mundo, representou US\$ 1,7 trilhão de exportação, 6,8% do total das exportações, 28,3% das exportações globais de serviços e teve investimento de US\$ 948 bilhões em capital direto.

Porém o setor demonstra possibilidade de crescimento já que atualmente com o advento da tecnologia, os roteiros turísticos, a acessibilidade de acomodações e o transporte se tornaram mais alcançáveis a população de diversas classes sociais, desta forma este setor comercial apresenta grandes possibilidades de recuperação comercial pós pandemia (WTTC, 2020). Dessa forma, essa alavancagem

econômica está relacionada a uma grande competição no mercado turístico, onde se destacam os destinos turísticos em expansão que utilizam ferramentas com inovações e tecnologias da informação e comunicação (TIC) para o uso pessoal e nos negócios (Brandão, Joia, & Teles, 2016).

O turismo possui suas próprias características singulares, como a intangibilidade da experiência turística, atendendo às necessidades pessoais e também por ser uma atividade eficiente por meio da difusão das informações. Estas tecnologias como o *e-commerce* passam a assumir um papel cada vez mais importante na busca de vantagem competitiva entre os empreendimentos turísticos. A relação entre *startups* e turismo resulta no surgimento de novos empreendimentos, com oportunidades de novos produtos e serviços, por meio de inovações e tecnologias, disponíveis ou não no mercado (Mendes-Filho, Jorge, & Sena Júnior, 2016)

*Startups* surgem predominantemente a partir de iniciativas individualizadas e podem não ser computadas na análise da base de dados chamada StartupBase. Nessa base encontram-se startups pré-aceleradas incubadas dentro de instituições ou empresas de fomento, ainda em sua fase inicial. Nesse estudo será mostrado o panorama de dados de *startups* no Brasil, inseridas nas seguintes fases: fora de operação, tração, ideação e *scaleup* que identificam as inovações e tecnologias desenvolvidas.

É importante mencionar que é possível também criar um roteiro lógico para a formação de uma *Startup* que seguem alguns passos como: Criação da ideia (Normalmente financiado pelo fundador, família, amigos, sócios e parceiros comerciais); MVP - Mínimo Produto Viável (editais públicos/investidores anjos); Teste de Mercado - Primeiros Clientes Pagantes (Incubadoras/ Aceleradoras/ Modelos Híbridos de aceleração e incubação); Validação e Monetização (*Pré-Seed / Crowdfunding*); Crescimento / Escala (*Seed / Crowdfunding*); Maturação e Geração de Caixa (Series A, B via fundos de venture capital e *private equity*).

Esse trabalho teve como objetivo apresentar o panorama das *startups* no setor de turismo cadastradas na base de dados *StartupBase*.

## 2. Metodologia

A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva-exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa por meio de dados secundários. Para o enfoque qualitativo foi utilizado levantamento bibliográfico usando como fontes de pesquisa artigos científicos, teses, dissertações para exploração do assunto, por meio da ferramenta o Google Acadêmico ([www.scholar.google.com](http://www.scholar.google.com)).

Considera-se a pesquisa qualitativa aquela que indica a relação que há entre o sujeito e a realidade do mundo, ou seja, uma conexão entre o objetivo e a subjetividade que não pode ser quantificada, sendo descrita de forma clara e objetiva, para que o leitor tenha melhor entendimento sobre o assunto apresentado. A abordagem quantitativa é adequada e utilizada para medição de opiniões e comportamentos de uma determinada população, podendo ser traduzida em números, sendo uma forma de apresentar informações de um determinado estudo ou pesquisa (McCarthy, 2018).

Nessa pesquisa foram coletados dados secundários, extraídos da *StartupBase* (<https://startupbase.com.br>), que é o maior banco de dados de *Startups* do Brasil e tem o objetivo de mapear as *Startups* brasileiras relacionada ao setor de turismo, nessa base encontram-se *startups* no

roteiro de dados. Os dados foram processados utilizando a ferramenta do *Microsoft Excel* 2016 na confecção dos gráficos referentes à *Startups* no Brasil; Segmentos das *Startups*; Segmento Eventos e Turismo e categoria das *startups*. Também foram trabalhadas as características das *startups* do segmento Eventos e Turismo de forma analítica.

### 3. Referencial Teórico

#### 3.1. *Startups* no Brasil

A criação e estruturação de *startups* no Brasil surgiram no século XXI, mas o desenvolvimento e reconhecimento aconteceram em meados do ano 2000. O modelo específico das *startups* brasileiras segue a linha americana, onde as empresas são destinadas a ofertar produtos e serviços tecnológicos em sua maior parte. Mais de 50% dessas empresas foram fundadas nesse mesmo período, indicando assim, que o ecossistema de *startups* ainda está em crescente desenvolvimento e se destacando na economia do país (Roncaratti, 2017; Serwatka, 2018).

Com o aumento na velocidade da inovação nos últimos anos no mundo, percebemos que isso vem interferindo na relação entre pessoas e produtividade, ampliando a gama de oportunidades que emergem em decorrência do surgimento de novos mercados e novas tecnologias em vários segmentos da economia do Brasil. Nesse sentido, *startup* é um empreendimento que tem o objetivo de criar inovação de produtos e serviços que sempre correm riscos, até que seja criado um modelo de negócio específico para ter crescimento e desenvolvimento no mercado (Audy & Audy, 2017; Fonseca & Domingues, 2018).

O Relatório 2014 - *Startups* da BRASSCOM - Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação, relata que em 2010 o valor investido em *Startups* brasileiras subiu para USD 6,1 bilhões devido a um aquecimento na economia. Em 2011 esse número aumentou para USD 7 bilhões de acordo com a EMPEA (*Emerging Markets Private Equity Association*). O ano seguinte foi marcado por uma desaceleração econômica, e assim poucos investidores mantiveram o interesse em fazer novos aportes, e segundo a Associação Brasileira das *Startups* (ABStartups) o investimento em 2012 foi de USD 850 milhões (ABStartups, 2020).

A aceleração de *startups* foi instituída em 2012 pelo MCTI, com o objetivo de apoiar o desenvolvimento de *startups*, sendo entendidas como empresas principiantes de base tecnológica, que atuam nas áreas de *software*, *hardware* e serviços de tecnologia da informação (TI), ou ainda *startups* que se proponham a utilizar essas tecnologias como elementos no seu esforço de inovação. Os agentes envolvidos no desenvolvimento e crescimento, buscaram promover um ecossistema brasileiro das *startups* internacionalmente conhecido, e fornecer informações de mercado ativo (Freire, Maruyama, & Polli, 2017).

A situação do mercado atual permite que o empreendedor vivencie desafios constantemente para construir novos empreendimentos ou renovar empreendimentos nos diversos segmentos sendo que, em cada área do setor produtivo existem impactos positivos nessa construção das novas empresas na sociedade. Assim, de acordo com esse processo, Rodríguez (2015) define uma *Startup* como uma empresa criada com o objetivo de gerar grande impacto social ou econômico através de métodos

inovadores intensos, independente de seu tamanho, segmento ou desempenho de mercado em atuação.

Para Felizola e Gomes (2018), para uma *Startup* conseguir financiamento de um investidor-anjo, são necessárias algumas características: 1 - Ela precisa ser realmente inovadora, ou seja, ter realmente um diferencial de mercado. 2- Ser escalável, com potencialidade de ser expandida e replicada. 3- Ter uma barreira de entrada – ou seja, é importante que a inovação criada não seja copiável. Deste modo, uma boa barreira de entrada seria a patente do produto ou mesmo o registro do computador. O autor ainda explicita que é possível que o investidor receba em troca uma parte da divisão societária da empresa.

Assim, com o objetivo de aumentar a competitividade das *startups* brasileiras, em 2011 foi fundada a Associação Brasileira de *Startups* (ABStartups) que é uma entidade sem fins lucrativos, em sua base de dados, e que disponibiliza aos gestores de tais empresas a plataforma chamada *StartupBase*.

**Quadro 1: Características das startups, segundo a ABSTARTUPS.**

1-	<b>Inovação:</b> startup apresenta um produto ou serviço novo – ou com aspectos novos em seu modelo de negócio – para o mercado a que se destina, como elementos de diferenciação.
2-	<b>Escalabilidade:</b> o modelo de negócio de um startup precisa ser escalável, isto é, poder atingir rapidamente um grande número de usuários a custos relativamente baixos.
3-	<b>Repetibilidade:</b> o modelo de negócios de uma startup deve ser repetível, ou seja, deve ser possível replicar ou reproduzir a experiência de consumo de seu produto ou serviço de forma relativamente simples, sem exigir o crescimento na mesma proporção de recursos humanos ou financeiros.
4-	<b>Flexibilidade e rapidez:</b> em função de sua característica inovadora, do ambiente incerto e altamente competitivo, a startup deve ser capaz de atender e se adaptar rapidamente a demandas do mercado. Geralmente, tem estruturas enxutas, com equipes formadas por poucas pessoas, com flexibilidade e autonomia.

Fonte: StartupBase /Adaptada pelos autores, (2019).

### 3.2. Turismo no Brasil

No decorrer dos anos, o setor turístico obteve um intenso crescimento, atingindo um desenvolvimento econômico expressivo, e como consequência disso, o aumento da geração de emprego e renda para a população relacionada aos serviços oferecidos. O turismo foi responsável pela injeção de US\$ 163 bilhões na economia do Brasil em 2017, o equivalente a 7,9% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro no ano. O valor absoluto é 7% maior que o obtido em 2016, US\$ 152,2 bilhões (MT, 2018).

No setor de turismo percebe-se uma grande e significativa contribuição para o crescimento da economia, devido ao desenvolvimento dessa atividade. Assim, todos os serviços ofertados pela gestão pública e empresarial no setor, que visam atender à demanda existente nos últimos anos vêm mostrando maior competitividade no mercado atual. Identifica-se necessidade de apresentar uma organização planejada, onde se utiliza em alguns casos a inovação e tecnologia como estratégias para melhor se manter no mercado (Büyükköçkan & Göçer, 2018).

Com o avanço da inovação de tecnologia, é possível verificar que as *startups* relacionadas ao setor turístico vêm mostrando essa interação para o desenvolvimento a partir da inovação e tecnologia, e que a cada dia indicam resultados positivos, que consequentemente vem fortalecendo o crescimento da economia brasileira (Eyana, Masurel, & Paas, 2018).

A Internet tem revolucionado diversos setores da economia, e um deles é o turismo, que tem se beneficiado muito em alguns aspectos, mas em outros tem sido obrigado a se reinventar. Diante disso, as *startups* na área do turismo têm provocado uma mudança neste mercado com empresas que estão promovendo grandes transformações nesse setor da economia (Sánchez, Williams, & García Andreu, 2020).

Diante disso, o desenvolvimento do binômio eventos/turismo, em uma economia de livre mercado, só é possível em um ambiente favorável ao empreendedorismo, o qual deve conjugar os fatores culturais, tecnológicos, políticos e econômicos. Com isto, o potencial turístico se fortalece na era da globalização. Um dos imperativos da gestão de eventos é a inovação, tendo em vista o constante planejamento do ciclo de vida das próprias promotoras, que devem conhecer muito bem a cultura do ambiente em que se propõem atuar (Teixeira, Andrade, Alcântara, & Oliveira, 2019).

### **3.3. Startups no setor de Turismo**

A relação das *startups* e do turismo ainda é pouco explorada, mas através nas inovações e das tecnologias utilizadas é possível identificar desenvolvimentos e avanço no setor. O mercado turístico ainda continua a se destacar na economia mundial, principalmente por causa dos novos conhecimentos adquiridos por pesquisadores e inventores que atuam para melhorar os produtos e serviços ofertados pelas empresas, que assim com investimentos conseguem vencer a competitividade (Kaniak & Teixeira, 2018).

Dessa forma, a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), mostra que o mercado movimentou 4,3% do PIB nacional, e para o setor de eventos, a expectativa de crescimento ao ano estava em 14%. Os gastos com eventos giram em torno de R\$ 210 bilhões em eventos corporativos e R\$ 16 bilhões em eventos sociais.

O setor de turismo através do segmento de eventos/turismo vem se destacando em relação ao surgimento de *startups* no Brasil no decorrer dos anos. As *startups* apresentam características específicas de acordo com o modelo de negócio da empresa no setor de Evento e Turismo. Algumas *startups* existentes estão cadastradas no banco de dados *StartupsBase* que mostram características, categorias dadas por meio das certificações no distintivo *badge*, que fornece informações pelo cadastro.

Conceitualmente os *badges* para Mendes, Barros e Silva (2018) são emblemas digitais que representam simbolicamente competências e realizações. Os *badges* têm atraído grande interesse entre os pesquisadores relacionados às áreas de mídia digital e da educação (Pitt, Bell, Strickman, & Davis, 2019). Outros autores como Randall, Harrison e West (2013), conceituam como físicos e digitais os *open badges*. De acordo com os autores, o sistema de reconhecimento físico pode atestar, o que uma pessoa conhece (aprendizagem), o que fez (habilidades) ou o que se tornou (papel dentro de uma

comunidade), esse tipo de *badge* seria simbolizado por emblemas físicos, já sendo utilizado há um tempo (Mendes, Barros, & Silva, 2018).

Nesse sentido, as características das *startups* seguem o mercado de atuação, público-alvo, modelo de receita, momento e classificação. As nomenclaturas indicadas na *StartupsBase* possuem características específicas de cada *startups*, de acordo com o modelo de negócio da empresa, que podem ser

- a) **Mercado** → **Eventos e Turismo**: indica o mercado de atuação das *startups*.
- b) **Público-alvo** → **B2B/ B2B2C/B2C**: especificam seu público alvo e o modelo de negócio de cada *startup*. **B2B-Business to business** (são empresas que as transações realizadas são entre pessoas jurídicas). **B2C- Business to Consumer** (empresa vendendo para um cliente final). **B2B2C- (Business to Business to Consumer)** (relação de venda entre empresas, para só depois atingir o cliente final). Tanto a companhia B2B quanto a B2C lucram com a operação.
- c) **Modelo de Receita** → **Marketplace/ SaaS/ E-commerce**: **Marketplace** é um modelo de negócios usado na *startup*, que conecta uma oferta com uma demanda, e monetiza com essa conexão entre as partes. Conectando com prestadores de serviços com clientes finais através de produtos ou serviços B2B, B2C e C2C. **SaaS** significa *Software* sendo um sistema oferecido como serviço na nuvem; um *software* que recebe uma interação do usuário (cliente) e devolve uma resposta (serviço). **E-commerce** vendas realizadas pela internet, por uma única empresa, seja um fabricante ou revendedor, por meio de uma plataforma virtual própria.
- d) **Momento** → **Operação e Tração: A Operação (vida adulta)** indica que a *startup* é bem consolidada, é a hora de ir ao mercado, buscar clientes e expandir sua operação. **Tração (maturidade)** *startups* em crescimento, busca de investimento.
- e) **Plataforma** → *Shows e Festas; Operadora de viagens; Eventos e Hospedagem*.

Essas nomenclaturas são de grande relevância para possibilitar informações precisas de cada *startups* cadastradas na base de dados. Assim, são expressas as características necessárias e existentes em cada *startups* através do modelo de negócio realizado de acordo com o mercado econômico.

#### 4. Resultados e Discussão

Atualmente, a base de dados *StartupsBase* possui *startups* cadastradas, que apresentam dados estatísticos com informações por estado, cidade, segmento, mercado de atuação, modelo de negócio, público-alvo etc. Os dados oficiais do ecossistema brasileiro de *startups*, estão divulgados em seu website, com o número de *startups* em cada estado brasileiro, incluindo *startups* atuantes no mercado e as fora de operação.

Nessa pesquisa são exibidos dados que indicam os resultados sobre: *Startups* cadastradas no segmento de Eventos/Turismo; Categoria de *startups* no segmento de Eventos/Turismo pelo BADGES e Características das *startups* no setor de Eventos/Turismo.

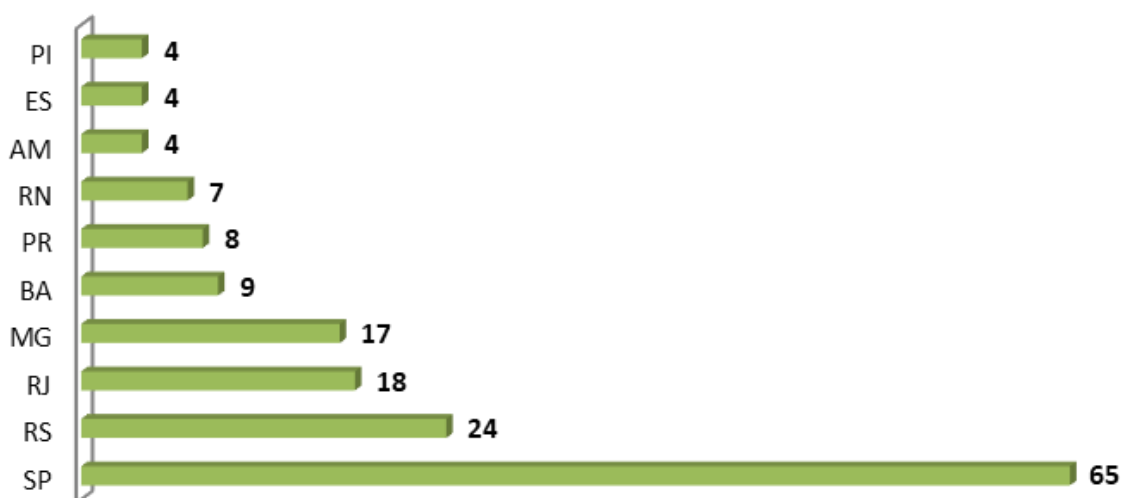


#### 4.1. *Startups* cadastradas no segmento de Eventos/Turismo

Considerando as *startups* cadastradas no segmento de Eventos/Turismo na *StartupBase* é possível identificar o quantitativo por Estado brasileiro de acordo com a atuação no mercado econômico. Sendo que cada região do país possui sua ferramenta para criar e desenvolver uma *startup*.

Nesse sentido são apresentados os números sobre *startups* no segmento de Eventos/Turismo, de acordo com informações dos 10 (dez) Estados brasileiros que possuem quantitativo de *startups* no segmento de Eventos/Turismo (Figura 1).

Figura 1 – Os 10 Estados brasileiros com maior número de *startups* cadastradas.



Fonte: Elaborado pelos autores (adaptado do StartupsBase, 2020 (<https://startupbase.com.br>))

Na Figura 1 pode ser identificado o maior quantitativo de *startups* cadastradas no segmento de Turismo/Eventos no estado de São Paulo (SP) com 65 cadastros e o menor quantitativo no estado do Piauí (PI) com 4 cadastros entre 10 Estados brasileiros.

Vale destacar, que o Estado de São Paulo é o maior do país e apresenta o maior desenvolvimento no turismo de negócio principalmente em sua capital, onde existe um corporativo/empresarial instalados e com filiais em várias cidades. O Estado do Piauí oferece o turismo ecológico com destaque na atividade e as *startups* estão surgindo mediante ao incremento de projetos inovadores, incentivos e investimentos no setor.

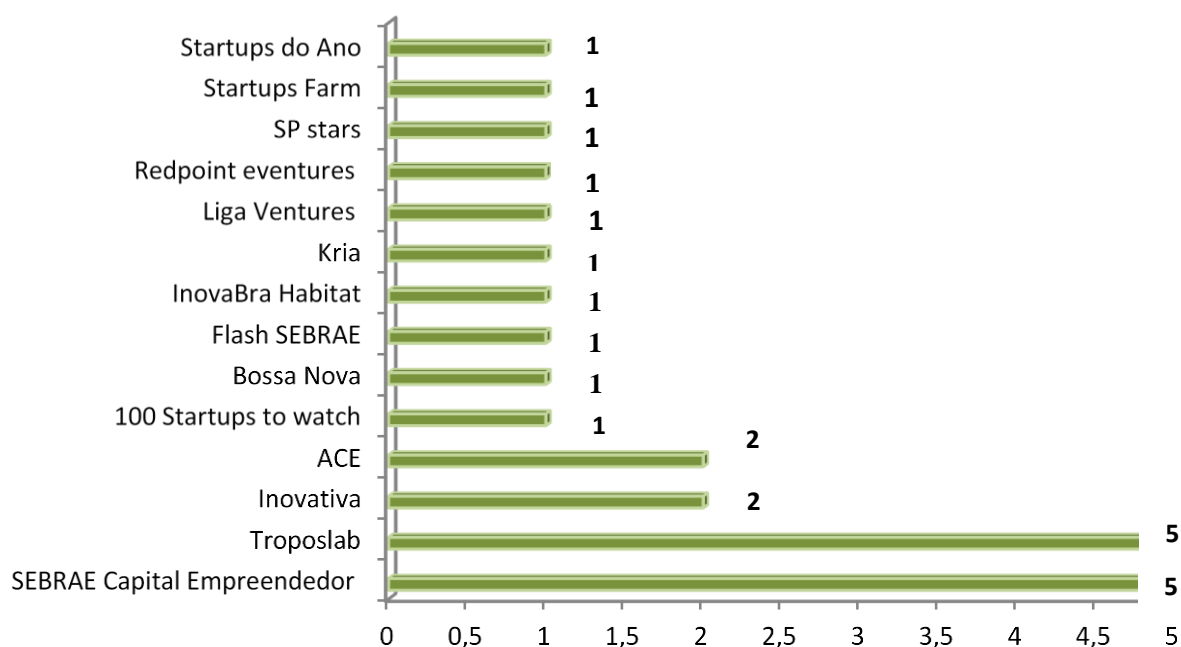
Nesses dados verifica-se que no Brasil ainda possui um número expressivo de *startups* cadastradas na base de dados. Assim, nota-se que é possível o aumento e ampliação desses dados, mas sendo necessário mais investimentos em projetos, melhor envolvimento de empreendedores, mentores, investidores, aceleradoras e incubadoras que atuam no turismo.

#### 4.2. Categoria de *startups* no segmento de Eventos/Turismo pelo BADGES

Os badges de acordo com a *StartupsBase* indicam o selo da *startups*, certificando-a para que seja possível a verificação destas em redes sociais, e realizando todo o acompanhamento com repasse das

informações desejadas, assim categorizadas: 100 *Startups to watch*; Bossa Nova; *Flash* SEBRAE; InovaBra *Habitat*; Kria; Liga Ventures, *Redpoint eventures*, SP stars; *Startups Farm*; *Startups* do Ano; Inovativa; ACE; SEBRAE Capital Empreendedor e Troposlab, conforme apresenta a Figura 2.

**Figura 2 – Categoria das startups pelo BADGES.**



Fonte: Elaborado pelos autores, adaptado do *StartupBase*, 2020 (<https://startupbase.com.br>)

Existem 218 *startups* cadastradas no segmento de Eventos/Turismo, só 24 possui o selo da BADGES. Nesse caso, das categorias identificadas a SEBRAE Capital Empreendedor e a Troposlab possuem um número maior com 5 *startups*, indicando o maior quantitativo de *startups* com o selo. Em cada produto e serviço oferecido pode-se melhor identificar a atuação pelas suas inovações e tecnologias necessárias para o mercado.

De acordo com o banco de dados, este selo de *startup* como acontece em redes sociais, certifica que as informações da *startup* foram imputadas pela própria *startup* indicando quais fazem parte de programas de aceleração, *coworking* ou comunidade, entre outros.

### 4.3. Características das startups no setor de Eventos/Turismo

As *startups* cadastradas na *StartupBase* no segmento de Evento/Turismo, com referência ao mercado de atuação, público-alvo, modelo de receita, momento e classificação podem ser identificadas no Quadro 2.

**Quadro 2: Características das Startups/Eventos e Turismo.**

MARCA	MERCADO	PÚBLICO - ALVO	MODELO DE RECEITA	MOMENTO	PLATAFORMA
	Eventos e Turismo	B2B2C	Marketplace	Operação	Shows e Festas
	Eventos e Turismo	B2B2C	Marketplace	Tração	Operadora de viagens
	Eventos e Turismo	B2B2C	Marketplace	Tração	Shows e Festas
	Eventos e Turismo	B2B	SaaS	Tração	Eventos
	Eventos e Turismo	B2C	E-commerce	Operação	Hospedagem

Fonte: Elaborado pelos autores (adaptado do *StartupsBase*, 2020 (<https://startupbase.com.br>))

O Quadro 2, apresenta um resumo identificando as características de parte da *startup* especificamente em Eventos e Turismo. Cada plataforma disponibiliza serviços on-line para os clientes, oferecendo serviços diversificados de acordo com a necessidade mercadológica, sendo cada negócio com suas especialidades, com o objetivo de atingir a demanda desejada. As *startups* exibidas indicam cada distinção e especialidade nos serviços oferecido. A primeira *startups* expressa no quadro com a marca: Clube ZOM seu público-alvo é B2B2C, com serviços prestados para outras empresas depois para o cliente; modelo de receita *marketplace* prestando o serviço com clientes finais oferecendo seus produtos e serviços; seu momento é operação, ou seja, significa ser uma *startups* consolidada e com plataforma: shows e festas.

Constata-se também no quadro uma outra *startups* com características diferenciada da anterior, sendo nesse caso a *startups* com a marca ZAP *Wedding*, com seu público-alvo do tipo B2B, onde os acordos são com pessoas jurídicas, e com modelo de receita que consiste em SaaS, com o serviço oferecido na nuvem por um *software*, com uma interação do usuário (cliente) que devolve uma resposta (serviço) vendas. O momento dessas *startups* é tração, ainda em crescimento, na busca por investimento com plataforma tipo festas.

As *startups* sendo elas do mesmo segmento possuem particularidades em seus produtos e serviços prestados distintos e de acordo com o mercado a ser explorado.

## 5. Considerações finais

As *startups* cadastradas na *StartupBase* representam uma parte das *startups* existentes no Brasil no setor de turismo, indicando um quantitativo expressivo dividido em fases relacionadas a cada estado, mesmo existindo muitas *startups* incubadas ou em fase de pré-aceleração não indicadas nesse estudo.

Observou-se que, no segmento de Evento/Turismo que o maior número de *startups* se concentra na região na qual o estado de São Paulo lidera de acordo com o método inovador ou não inovador, mas que geram impacto econômico e social. Sendo destacada a representação das dessas *startups* com o selo *badges* mostrando sua importância na verificação de cada característica e competência individualizada.

Para o crescimento e fortalecimento das *startups* no Brasil e especificamente no setor de turismo é preciso mais investimentos tanto de maneira direta com incentivo ao fomento de investidores anjos, fundos de investimentos, mas também no que diz respeito aos investimentos de infraestrutura para fortalecer os atores dos ecossistemas de empreendedorismo e inovação. Todos esses aspectos envolvem a discussão sobre a importância das *startups* para a economia no país, sendo a criação de *startups* importante para o aumento de pesquisas, conhecimentos, oportunidades para a geração de emprego e principalmente para o enfrentamento da competitividade no mercado.

## Referências Bibliográficas

---

- ABSTARTUPS, A. B. de S. (2019). StartupBase—A base de dados do ecossistema de Startups. Recuperado 5 de janeiro de 2020, de StartupBase website: <https://startupbase.com.br/>
- ABSTARTUPS, A. B. de S. (2020). *Mapeamento Edtech 2019: Investigação sobre as startups de tecnologia educacional no Brasil* (p. 31) [Mapeamento tecnológico]. São Paulo - SP: ABStartups.
- ANDRADE, C. W. L. de, MONTENEGRO, S. M. G. L., de SOUSA LIMA, J. R., de Assunção Montenegro, A. A., & Srinivasan, R. (2017). Análise de sensibilidade de parâmetros do modelo SWAT em uma sub-bacia da região Nordeste, Brasil. *Revista Brasileira de Geografia Física*, 10(2), 440–453.
- ANPROTEC, A. N. de E. P. de E. I., & SEBRAE, S. B. de A. à M. e P. E. (2016). *Estudo de impacto econômico segmento de incubadoras de empresas do Brasil* (p. 26) [Relatório anual]. Brasília-DF.
- AUDY, J., & Audy, J. (2017). A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. *Estudos Avançados*, 31(90), 75–87. <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190005>
- BRANDÃO, M., JOIA, L. A., & TELES, A. (2016). Destino turístico inteligente: Um caminho para transformação. *Anais do Seminário da ANPTUR–2016*.
- BÜYÜKÖZKAN, G., & GÖÇER, F. (2018). Digital Supply Chain: Literature review and a proposed framework for future research. *Computers in Industry*, 97, 157–177. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2018.02.010>
- CHEN, L.-W., Ho, Y.-F., & TSAI, M.-F. (2018). Instant Social Networking with Startup Time Minimization Based on Mobile Cloud Computing. *Sustainability*, 10(4), 1195. <https://doi.org/10.3390/su10041195>
- EYANA, S. M., MASUREL, E., & PAAS, L. J. (2018). Causation and effectuation behaviour of Ethiopian entrepreneurs: Implications on performance of small tourism firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. (world). <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0079>
- FELIZOLA, M. P. M., & de Aragão Gomes, I. M. (2018). A realidade das startups sergipanas a partir do movimento caju valley. *9th International Symposium on Technological Innovation*.
- FONSECA, V. C., & Domingues, J. O. (2018). Financiamento de startups: Aspectos econômicos dos investimentos de alto risco e mecanismos jurídicos de controle. *Revista de Direito Econômico e Socioambiental*, 9(1), 319–354.
- FREIRE, C. T., MARUYAMA, F. M., & Polli, M. (2017). Inovação e empreendedorismo: Políticas públicas e ações privadas. *Novos estudos*, (109), 50–76.
- GRÜTZMANN, A., ZAMBALDE, A. L., BERMEJO, P. H. de S., GRÜTZMANN, A., ZAMBALDE, A. L., & BERMEJO, P. H. de S. (2019). Innovation, New Product Development and Internet Technologies: Study in Brazilian companies. *Gestão & Produção*, 26(1). <https://doi.org/10.1590/0104-530x1451-19>

- HASAN, I., KHALIL, F., & SUN, X. (2017). The Impacts of Intellectual Property Rights Protection on Cross-Border M&As. *Quarterly Journal of Finance*, 07(03), 1750005. <https://doi.org/10.1142/S2010139217500057>
- JAIN, S., GEORGE, G., & MALTARICH, M. (2009). Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university scientists involved in commercialization activity. *Research Policy*, 38(6), 922–935. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.02.007>
- JEONG, J. S., & RAMÍREZ-GÓMEZ, Á. (2017). Plausibility in the eco-design and eco-innovation of rural-housing: Reason and confidence in a methodological approach for the sustainable development of reservoir environment under tourism. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 13, 262–275. Scopus. Recuperado de Scopus.
- KANIAK, V., & TEIXEIRA, R. M. (2018). Motivações de pequenos ecoempreendedores para criarem negócios sustentáveis no setor de turismo—Um estudo multicaso na região metropolitana de Curitiba. *Turismo Visão e Ação*, 21(1), 99. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n1.p99-120>
- MAGNAYE, D. C. (2019). Climate Smart Agriculture Edu-tourism: A Strategy to Sustain Grassroots Pro-biodiversity Entrepreneurship in the Philippines. In U. Stankov, S.-N. Boemi, S. Attia, S. Kostopoulou, & N. Mohareb (Orgs.), *Cultural Sustainable Tourism: A Selection of Research Papers from IEREK Conference on Cultural Sustainable Tourism (CST), Greece 2017* (p. 203–218). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-10804-5\\_20](https://doi.org/10.1007/978-3-030-10804-5_20)
- MCCARTHY, E. A. (2018). Reading Women Reading Donne in Manuscript and Printed Miscellanies: A Quantitative Approach. *The Review of English Studies*, 69(291), 661–685. <https://doi.org/10.1093/res/hgy018>
- MCTI, B. M. da C. e T. (2016). *A Estratégia Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação 2016-2022 e as Políticas de Financiamento para Tecnologia e Inovação*. MCTI.
- MENDES, V. N., BARROS, N. R. M., & SILVA, L. L. da. (2018). *Aplicação de Badges em certificações*.
- MENDES-FILHO, L., JORGE, V. A., & SENA JÚNIOR, O. B. de. (2016). Percepção do uso de sites de compras coletivas ao adquirir cupons de serviços turísticos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(3), 574–593.
- MT, M. do T. (2018). Turismo injetou US\$ 163 bilhões no Brasil em 2017. Recuperado 26 de agosto de 2020, de [http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us\\$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us%24-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html)
- PAIVA, M. M. de, & Almeida, R. L. de. (2018). O crescimento das Startups no Brasil. *Revista Digital de Administração*, 1(1). Recuperado de <http://revista.faciplac.edu.br/index.php/REAF/article/view/549>
- PITT, C. R., Bell, A., STRICKMAN, R., & DAVIS, K. (2019). Supporting learners' STEM-oriented career pathways with digital badges. *Information and Learning Sciences*, 120(1/2), 87–107. <https://doi.org/10.1108/ILS-06-2018-0050>
- RANDALL, D. L., HARRISON, J. B., & WEST, R. E. (2013). Giving credit where credit is due: Designing open badges for a technology integration course. *TechTrends*, 57(6), 88–95.

- RODRÍGUEZ, J. A. H. (2015). *Start-up development in Latin America: The role of venture accelerators*. Massachusetts Institute of Technology.
- RONCARATTI, L. S. (2017). *Incentivos a startups no Brasil: Os casos do Startup Brasil, InovAtiva e InovApps*.
- SÁNCHEZ, I. R., WILLIAMS, A. M., & GARCÍA ANDREU, H. (2020). Customer Resistance to Tourism Innovations: Entrepreneurs' Understanding and Management Strategies. *Journal of Travel Research*, 59(3), 450–464. <https://doi.org/10.1177/0047287519843188>
- SARMENTO, M. R. C. (2016). O papel das aceleradoras na consolidação de novas empresas de cultura empreendedora a luz da metodologia lean startup. *EmpíricaBR-Revista Brasileira de Gestão, Negócio e Tecnologia da Informação*, 1(1), 65–86.
- SERWATKA, A. (2018). Accelerators for startups in europe. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 7(1), 67–81. <https://doi.org/10.12775/CJFA.2018.005>
- TEIXEIRA, T. S., ANDRADE, D. M., ALCÂNTARA, V. de C., & OLIVEIRA, N. K. de. (2019). Inovação e empreendedorismo: Um caso no setor público. *Revista PRETEXTO*, 20(1), 57–71. (unica). <https://doi.org/10.21714/pretexto.v20i1.5609>
- WARREN, C., & BECKEN, S. (2017). Saving energy and water in tourist accommodation: A systematic literature review (1987–2015). *International Journal of Tourism Research*, 19(3), 289–303. Scopus. <https://doi.org/10.1002/jtr.2112>
- WTTC, W. T. & T. C. (2020). *Recovery Scenarios 2020 & Economic Impact from COVID-19 (Nº Recovery scenarios 2020 & Economic impact from Covid-19)*. WTTC.