

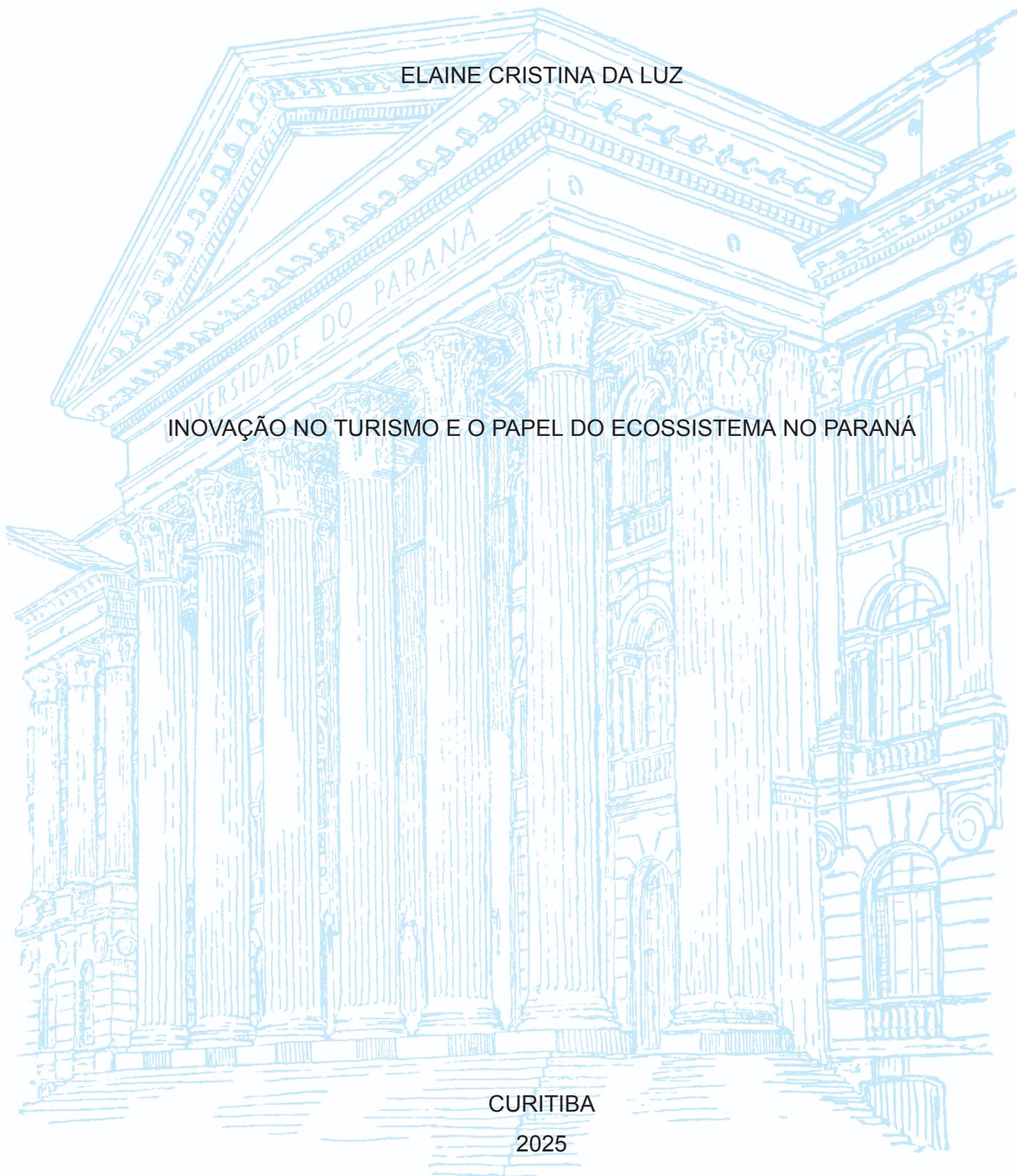
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ELAINE CRISTINA DA LUZ

INOVAÇÃO NO TURISMO E O PAPEL DO ECOSISTEMA NO PARANÁ

CURITIBA

2025



ELAINE CRISTINA DA LUZ

INOVAÇÃO NO TURISMO E O PAPEL DO ECOSISTEMA NO PARANÁ

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Turismo, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Turismo.

Orientador(a): Prof(a). Dr(a).Thays Cristina Domareski Ruiz

CURITIBA

2025

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SISTEMA DE BIBLIOTECAS – BIBLIOTECA DO CAMPUS REBOUÇAS

Luz, Elaine Cristina da.

Inovação no Turismo e o papel do ecossistema no Paraná / Elaine  
Cristina da Luz – Curitiba, 2025.

1 recurso on-line : PDF.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de  
Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Turismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Thays Cristina Domareski Ruiz

1. Turismo – Estudo e ensino. 2. Turismo – Administração. 3. Turismo  
– Inovações tecnológicas. 4. Turismo – Planejamento. 5. Turismo –  
Paraná.. I. Universidade Federal do Paraná. II. Programa de Pós-  
Graduação em Educação. III. Título.



## ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRA EM TURISMO

No dia vinte e cinco de março de dois mil e vinte e cinco às 14:00 horas, na sala 316 e [https://teams.microsoft.com/join/19%3ameeting\\_ZDdhMDIhY2EtNDE4MS00OWU3LWE0ODAtNDdmOWIxZjQwNTg1%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22c37b37a3-e9e2-42f9-bc67-4b9b738e1df0%22%2c%22Oid%22%3a%222b41cd65-725f-4392-a421-c6ac631413fa%22%7d](https://teams.microsoft.com/join/19%3ameeting_ZDdhMDIhY2EtNDE4MS00OWU3LWE0ODAtNDdmOWIxZjQwNTg1%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22c37b37a3-e9e2-42f9-bc67-4b9b738e1df0%22%2c%22Oid%22%3a%222b41cd65-725f-4392-a421-c6ac631413fa%22%7d), Campus Rebouças e TEAMS, foram instaladas as atividades pertinentes ao rito de defesa de dissertação da mestranda **ELAINE CRISTINA DA LUZ**, intitulada: **Inovação no Turismo e o Papel do Ecosistema no Paraná**, sob orientação da Profa. Dra. THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ. A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Membros: THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE), THAMIRES FOLETTO FIUZA (UNIVERSIDADE PORTUCALENSE), JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ). A presidência iniciou os ritos definidos pelo Colegiado do Programa e, após exarados os pareceres dos membros do comitê examinador e da respectiva contra argumentação, ocorreu a leitura do parecer final da banca examinadora, que decidiu pela APROVAÇÃO. Este resultado deverá ser homologado pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais definidos pelo programa. A outorga de título de mestra está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão Examinadora.

Curitiba, 25 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 10:45:45.0

THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

28/03/2025 15:26:25.0

LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE)

Assinatura Eletrônica

18/04/2025 10:10:45.0

THAMIRES FOLETTO FIUZA

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE PORTUCALENSE)

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 20:17:25.0

JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)



## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **ELAINE CRISTINA DA LUZ**, intitulada: **Inovação no Turismo e o Papel do Ecossistema no Paraná**, sob orientação da Profa. Dra. THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestra está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 25 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 10:45:45.0

THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ  
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

28/03/2025 15:26:25.0

LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO  
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE)

Assinatura Eletrônica

18/04/2025 10:10:45.0

THAMIRES FOLETTO FIUZA  
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE PORTUCALENSE)

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 20:17:25.0

JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA  
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

## DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação a **Deus**, por ser minha força e guia em todos os momentos; à **Ursa**, a minha cachorrinha que tanto me acolheu nessa etapa, à minha orientadora, **Thays, (e também ao Léo e Ale)**, pelo apoio, paciência e incentivo ao longo desta jornada; aos meus **Pais**, que, mesmo ausentes, permanecem vivos em minha memória e em cada conquista; ao **Paulo Angeli e sua família**, pelo apoio e pelas oportunidades que tornaram este caminho mais significativo; e aos meus **amigos**, por estarem sempre ao meu lado, compartilhando desafios, vitórias e momentos inesquecíveis. A todos vocês, minha eterna gratidão.

## AGRADECIMENTOS

Concluir esta dissertação é muito mais do que encerrar uma etapa acadêmica; é comemorar uma jornada cheia de desafios, aprendizados e, principalmente, de conexões que marcaram minha vida de maneira única.

Primeiramente, agradeço a **Deus** pois tudo é honra a ele. Expresso também minha mais profunda gratidão à minha orientadora e amiga, **Thays Domareski Ruiz**, pelo apoio, orientação e amizade ao longo desta jornada. Seu incentivo foi essencial para que eu chegasse até aqui. Uma inspiração de mulher, mãe, esposa e profissional. Muito orgulho do que foi construído.

Aos professores do programa, meu sincero agradecimento por todo conhecimento compartilhado e pela dedicação durante o mestrado. A **Melise** pelo seu acompanhamento, direcionamento e apoio, fez toda diferença.

Ao meu irmão mais velho, **Peter** e minha cunhada **Kelly** (e os meus sobrinhos) que me apoiaram mesmo à distância. A minha madrinha **Angela** que se faz presente e sempre apoia. Ao sempre boss **Paulo Angeli, Mira Angeli e a Mayara Angeli**, que são verdadeiros espelhos e inspirações, minha admiração e reconhecimento pelo apoio inestimável durante este percurso.

Aos meus amigos de Foz do Iguaçu, que, mesmo à distância, sempre fazem questão de estar presentes e, em especial, àqueles que se deslocaram para acompanhar minha apresentação, saibam que esse gesto tem um significado imenso para mim. Um agradecimento especial à **Renata Sakamoto**, por sua presença e apoio, e à **Cris Santos**, porque é incrível ter alguém como ela na vida – sua presença torna Curitiba mais leve e especial.

À minha querida amiga **Fabienne** e família, que me acolheu desde minha chegada a Curitiba e me recebeu como família, meu carinho e gratidão por todo incentivo e apoio. Às minhas amigas, colegas **Andreza e Kyloren**, com quem compartilhei não apenas um lar, mas também desafios, conquistas e aprendizados, sou imensamente grata por nossa convivência e amizade.

Aos meus colegas de mestrado e aos amigos que fiz ao longo dessa caminhada (**Letícia, Marco Abbonizio e Patrícia**) meu muito obrigado por cada momento compartilhado. Esta jornada não foi fácil, mas ter pessoas tão especiais ao meu lado tornou tudo mais significativo.

"Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos"  
(Provérbios 16:3)

## RESUMO

A inovação é um fator fundamental para o desenvolvimento do turismo e pode ocorrer de diversas formas, em serviços, como na introdução de novos produtos, processos de produção, métodos de comercialização, entre outros. O interesse pela inovação abrange uma variedade de setores, tanto no mercado quanto na academia. Nesse contexto, a problemática deste trabalho é como o processo de inovação pode contribuir para a gestão do turismo. Dessa forma, o objetivo desta dissertação foi reconhecer o papel da inovação no e a sua contribuição para o ecossistema do turismo. A metodologia utilizada foi um estudo exploratório e descritivo de abordagem qualitativa e quantitativa. A dissertação foi desenvolvida no formato multipaper, com a produção de três estudos. O objetivo do primeiro artigo foi compreender a inovação no turismo e foi feita uma pesquisa exploratória com etapas bibliográfica, bibliométrica e sistemática sobre os construtos de inovação e turismo. Como resultados, no cenário do turismo, a inovação é trabalhada junto a diversos temas: sustentabilidade, serviços, gestão, experiência, tecnologia, processo e educação. Fica evidente a condicionante da colaboração entre os construtos de turismo e inovação. Além disso, a análise por meio do software VOSviewer destaca a interconexão entre termos como "sustentabilidade", "tecnologia", "desenvolvimento econômico", "destinos turísticos", revelando a natureza multidimensional da inovação no turismo. O segundo artigo mapeou o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná. A pesquisa utilizou uma metodologia exploratória de abordagem qualitativa, composta por 06 entrevistas, baseada em análise bibliográfica e documental se configurando em um estudo de caso. O mapeamento evidenciou a relevância de compreender as interconexões entre os participantes, bem como as capacidades organizacionais necessárias para fomentar práticas inovadoras. Como resultado foi possível identificar setores em que a inovação é percebida no Estado e como estão sendo desenvolvidas as estratégias. O terceiro artigo buscou identificar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo. A metodologia da pesquisa é de caráter exploratório e abordagem quantitativa. Foram realizados o levantamento das variáveis, o pré-teste do questionário com especialistas e a coleta de dados com gestores de empresas do setor de turismo do Paraná. A amostra foi não-probabilística e coletada por conveniência, alcançando o total de 136 respostas por meio de formulário eletrônico desenvolvido no Google Formulários. Foram utilizadas a estatística descritiva e a análise fatorial exploratória para testar as dimensões, essas etapas foram realizadas no software SPSS. Os resultados indicam que três dimensões explicam a Inovação no Turismo do Paraná - inovação no turismo, colaboração e parcerias, inovação em softwares. As contribuições desta pesquisa possibilitam entender como a inovação é aplicada no turismo, desde o desenvolvimento de novos produtos e serviços até a transformação dos modelos de negócios e a gestão estratégica dos destinos. Como contribuição teórica o principal resultado foi a constatação de que o processo colaborativo é fundamental para estabelecer parcerias e práticas inovadoras que irão transformar o turismo. Como contribuição prática fornece insights estratégicos sobre a gestão da inovação no turismo e revela uma fragilidade no setor, no cenário das *startups* do Paraná, configurando o turismo na categoria "outros", não ocupando lugar de destaque na tomada de decisão do processo.

**Palavras-chaves:** turismo, inovação, ecossistema, tecnologia, mensuração, Paraná.

## ABSTRACT

Innovation is a key factor for the development of tourism and can manifest in various forms, including services, the introduction of new products, production processes, marketing methods, among others. The interest in innovation spans multiple sectors, both in the market and in academia. In this context, the central research question of this study is how the innovation process can contribute to tourism management. Accordingly, the objective of this dissertation was to recognize the role of innovation and its contribution to the tourism ecosystem. The methodology employed was an exploratory and descriptive study with both qualitative and quantitative approaches. The dissertation was developed in a multipaper format, comprising three individual studies. The aim of the first article was to understand innovation in tourism through an exploratory study consisting of bibliographic, bibliometric, and systematic reviews of the constructs of innovation and tourism. The findings reveal that, in the tourism context, innovation is addressed alongside themes such as sustainability, services, management, experience, technology, process, and education. The analysis highlights the essential role of collaboration between the constructs of tourism and innovation. Additionally, the VOSviewer software revealed the interconnection of terms such as "sustainability", "technology", "economic development", and "tourist destinations", underscoring the multidimensional nature of innovation in tourism. The second article mapped the innovation ecosystem in the tourism sector of Paraná, Brazil. The research adopted an exploratory, qualitative methodology, consisting of six interviews and supported by bibliographic and documentary analysis, thereby constituting a case study. The mapping emphasized the importance of understanding the interconnections among stakeholders, as well as the organizational capabilities required to foster innovative practices. The findings made it possible to identify sectors in which innovation is perceived in the state and the strategies being developed. The third article aimed to identify the dimensions of innovation applied to tourism. The research methodology was exploratory with a quantitative approach. It involved the identification of variables, a pre-test of the questionnaire with experts, and data collection from managers of tourism companies in Paraná. The sample was non-probabilistic and collected by convenience, resulting in 136 responses through a Google Forms survey. Descriptive statistics and exploratory factor analysis were conducted to test the dimension matrix, using SPSS software. The results indicate that three dimensions explain innovation in tourism in Paraná: innovation in tourism, collaboration and partnerships, and software innovation. The contributions of this research provide insights into how innovation is applied in tourism - from the development of new products and services to the transformation of business models and strategic destination management. The main theoretical contribution lies in the recognition that collaborative processes are fundamental for establishing partnerships and innovative practices that can transform tourism. From a practical standpoint, the study offers strategic insights into innovation management in tourism and reveals a weakness in the sector: in the startup ecosystem of Paraná, tourism is categorized under "others", not occupying a prominent position in decision-making processes.

**Keywords:** tourism, innovation, ecosystem, technology, measurement, Paraná.

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1: PERFIL DOS GESTORES ENTREVISTADOS.....	85
TABELA 2: PERFIL DE CARGOS E TIPO DE EMPRESA.....	86
TABELA 3: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS.....	88
TABELA 4: ANÁLISE DOS COMPONENTES PRINCIPAIS.....	90
TABELA 5: MATRIZ PADRÃO E DA CONFIABILIDADE DO ALFA CRONBACH.....	92
TABELA 6: MATRIZ DE CORRELAÇÕES DAS DIMENSÕES.....	96

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: METODOLOGIA DA PESQUISA COM USO DO <i>SOFTWARE PARSIFAL</i> E <i>VOSVIEWER</i> .....	32
FIGURA 2: ANÁLISE DE CLUSTERS SOBRE TURISMO E INOVAÇÃO .....	33
FIGURA 3: RELAÇÃO ENTRE O TURISMO E INOVAÇÃO .....	40
FIGURA 4: RESUMO DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	56
FIGURA 5: MAPA DO PARANÁ COM OS <i>HUBS</i> SELECIONADO POR REGIÃO...61	
FIGURA 6: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	76
FIGURA 7: ETAPAS <i>SOFTWARE SPSS</i> .....	78

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: SÍNTESE DE ESTUDOS .....	22
QUADRO 2: PANORAMA DA APLICAÇÃO DE INOVAÇÃO NO TURISMO.....	37
QUADRO 3: CATEGORIZAÇÃO DAS AMOSTRAS.....	55
QUADRO 4: <i>HUBS</i> DE INOVAÇÃO COM AÇÕES PARA O TURISMO.....	59
QUADRO 5: VARIÁVEIS QUE COMPÕEM A ESCALA DE AVALIAÇÃO DAS INOVAÇÕES.....	81

## LISTA DE SIGLAS

CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

CEO - CHIEF EXECUTIVE OFFICER

DMO - DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION

DTI - DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA

IoT - INTERNET DAS COISAS

KMO - KAISER-MEYER-OLKIN

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS

ONU TURISMO - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO

OTA - ONLINE TRAVEL AGENCY

PARSIFAL - PERFORM SYSTEMATIC LITERATURE REVIEWS

SCOPUS - BASE DE DADOS DE RESUMOS E CITAÇÕES DE ARTIGOS

SSPS - STATISTICAL PACKAGE FOR THE SOCIAL SCIENCES

TIC - TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

VOSVIEWER - VISUALIZING SCIENTIFIC LANDSCAPES

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO DA DISSERTAÇÃO.....</b>	<b>16</b>
1.1 OBJETIVO GERAL.....	21
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	21
<b>2. METODOLOGIA DA DISSERTAÇÃO.....</b>	<b>23</b>
<b>3. ESTUDO 1 - A RELAÇÃO DA INOVAÇÃO NO TURISMO: EXPLORANDO NOVAS PERSPECTIVAS.....</b>	<b>26</b>
3.1 RESUMO.....	26
3.2 INTRODUÇÃO.....	26
3.3 INOVAÇÃO E TURISMO.....	28
3.4 METODOLOGIA.....	31
3.5 RESULTADOS.....	33
3.5.1 RESULTADO ETAPA BIBLIOMÉTRICA (VOSVIEWER).....	33
3.5.2 RESULTADO DA REVISÃO SISTEMÁTICA.....	37
3.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
3.7 REFERÊNCIAS.....	43
<b>4. ESTUDO 2 - ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO: O CASO DO TURISMO NO PARANÁ.....</b>	<b>50</b>
4.1 RESUMO.....	50
4.2 INTRODUÇÃO.....	50
4.3 ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO NO TURISMO.....	52
4.4 METODOLOGIA.....	54
4.5 RESULTADOS.....	56
4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
4.7 REFERÊNCIAS.....	65
<b>5. ESTUDO 3 - DIMENSÕES DA INOVAÇÃO NO TURISMO DO PARANÁ.....</b>	<b>69</b>
5.1 RESUMO.....	69
5.2 INTRODUÇÃO.....	69
5.3 INOVAÇÃO NO TURISMO.....	72
5.4 METODOLOGIA.....	76
5.5 RESULTADOS.....	84
5.5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	84
5.7 REFERÊNCIAS.....	99
<b>6. CONSIDERAÇÕES DA DISSERTAÇÃO.....</b>	<b>103</b>
<b>7. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>106</b>
<b>APÊNDICE 1.....</b>	<b>120</b>
<b>APÊNDICE 2 .....</b>	<b>124</b>

## 1. INTRODUÇÃO DA DISSERTAÇÃO

O turismo é uma das atividades que mais cresce no mundo e desempenha um papel importante no desenvolvimento econômico dos destinos turísticos (AKHTAR; ANJUM, 2022). O setor do turismo tem passado por um notório processo de globalização (HJALAGER, 2007; BUHALIS; LAW, 2008; BUHALIS, 2020). O aumento da competitividade e as rápidas transformações das organizações turísticas têm gerado pressões para que elas inovem e para que estabeleçam novas configurações organizacionais, tais como alianças e redes.

O turismo contribui para vários aspectos da economia, tais como: receitas em divisas, emprego, geração de rendimentos, desenvolvimento regional (MADHUMINI, 2024). À medida que a concorrência global se intensifica, a inovação torna-se um fator importante no desenvolvimento e no crescimento do setor. O turismo tem estado inevitavelmente associado ao desenvolvimento de novas tecnologias e renovado por inovações organizacionais e estruturais (HJALAGER, 2015; HALL; WILLIAMS, 2020).

O avanço das tecnologias na indústria trouxe mudanças para a produção. Energia a vapor e produção mecânica na Primeira Revolução Industrial; eletricidade e produção em massa na Segunda Revolução Industrial; desenvolvimento da automação dos processos de fabricação com o uso de tecnologia da informação (TI) na Terceira Revolução Industrial. A Quarta Revolução é impulsionada pelas tendências de conectividade, materiais avançados que permitem o desenvolvimento de novos sensores, tecnologia de processamento mais rápido, redes de produção avançadas, redes de dispositivos de fabricação e controlados por computadores, permitindo uma interação entre o real e o virtual de maneira muito mais integrada (STEVAN; LEME; SANTOS, 2018).

A tecnologia é uma forma de conhecimento codificado que teve impactos substanciais a longo prazo na estrutura e nas operações do turismo, como exemplificado pela conceitualização de uma onda de mudanças tecnológicas na economia global. A mudança tecnológica acelerou nas últimas décadas, embora isto não deva subestimar a importância para o turismo de mudanças tecnológicas anteriores, como a ferrovia, o motor de combustão interna e os motores a jato (HALL; WILLIAMS, 2019).

O rápido desenvolvimento da tecnologia desempenha um papel no

desenvolvimento do turismo, na recuperação do turismo e na adaptação às novas necessidades dos turistas (ILIEVA; PETROVA; TODOROVA, 2023). A evolução da Internet e da tecnologia de informação e comunicação - (TIC) transformou o mercado das viagens, o turismo (XIANG *et al.*, 2015; LEUNG, 2019; SOARES, MENDES-FILHO; GRETZEL, 2021; BUHALIS; LAW, 2008) e a forma como os turistas vivem vários tipos de experiências (SOLIMAN, CARDOSO, ALMEIDA, ARAÚJO; ARAÚJO VILA, 2021).

Os avanços tecnológicos proporcionaram evolução quanto ao acesso à informação, ou seja, às TIC. Evidencia-se um novo momento tecnológico, pois a ampliação das possibilidades de comunicação e de informação através de equipamentos como o smartphone, a televisão (*streaming*) e o computador, tem alterado a forma de viver e de aprender. Tecnologias como computação em nuvem, *big data*, Sistema de Posicionamento Global (GPS) e internet das coisas têm sido usadas para gerir melhor os destinos turísticos, já que permitem captar dados dos turistas (BOES, BUHALIS; INVERSINI, 2016; MENDES FILHO, SILVA; SILVA, 2019; KENSKI, 2010).

O setor de turismo incorpora a tecnologia em seus diversos segmentos visando fornecer informações confiáveis e precisas, e seu crescimento depende da capacidade de inovar e utilizar a tecnologia para melhorar a gestão, o desenvolvimento de novos produtos e serviços, a comunicação, aperfeiçoamento e otimização das experiências do atendimento (STANDING *et al.* 2014; GUIMARÃES; BORGES, 2008).

De acordo com Femenia-Serra *et al.* (2019), todas as etapas da jornada turística são mediadas por tecnologia modificando permanentemente a relação com os turistas e as cadeias de valor do turismo. Deste modo, a incorporação de tais tecnologias possibilitam gerar eficiência na gestão do destino e oferecer experiências diferenciadas para o visitante.

A crescente integração entre tecnologia e turismo tem impulsionado transformações significativas nos destinos, configurando novos modelos de gestão e experiências baseadas na inovação. Como apontam Buhalis e Amaranggana (2022), os destinos turísticos inteligentes representam uma evolução estratégica ao incorporarem tecnologias digitais para promover inovação, sustentabilidade e competitividade. Nesse cenário, a inovação emerge como eixo estruturante para

adaptar os destinos às novas demandas e dinâmicas do mercado, sendo impulsionada por dados, conectividade e soluções tecnológicas. Essa perspectiva tecnológica reforça a compreensão da inovação como um processo dinâmico e sistêmico, como já proposto por Schumpeter (1954), ao destacar seu papel transformador nas estruturas econômicas e produtivas.

Schumpeter (1954) enfatiza a importância da inovação na transformação dos processos produtivos e da economia como um todo. Ele destaca que a inovação não se limita apenas a criar algo novo, mas sim a transformar fundamentalmente a forma como as coisas são feitas, gerando novas oportunidades e desafios para as empresas e a sociedade.

De acordo com Simantob e Lippi (2003), a capacidade de inovar envolve estratégia, processos, cultura e clima organizacional, desde inovações incrementais em produtos e serviços até inovações que melhoram a competitividade e, assim, decidir inovar. É necessário compreender que a inovação não deve ser tratada como um evento isolado, mas como um processo que precisa ser gerenciado.

A inovação é a introdução de um novo bem ou método de produção, a abertura de um novo mercado, a conquista de uma nova fonte de suprimento de matérias-primas ou de produtos semi-manufaturados, a realização de uma nova organização de qualquer indústria (SCHUMPETER, 1942). Ela pode estar relacionada a novos produtos, serviços, processos, tecnologias, modelos de negócios ou até mesmo novas formas de organização e governança. A inovação vem sendo debatida por diversos pesquisadores (AIRES; BRANDÃO, 2022).

As inovações tecnológicas fomentaram o desenvolvimento e a competitividade do turismo (BUHALIS, 2000). Para os destinos, a tecnologia torna-se fonte de inovação e competitividade através da interação e engajamento entre os turistas e o destino, modificando a experiência turística (MENDES-FILHO *et al.* 2019).

Estudar a inovação no turismo é de extrema relevância para identificar práticas que possam ser replicadas e adaptadas em diferentes contextos, promovendo assim o desenvolvimento sustentável e competitivo do setor. Além disso, a compreensão da dinâmica da inovação pode ajudar os decisores políticos e os gestores a criar um ambiente propício à inovação e a incentivar a colaboração e a partilha de conhecimentos entre vários intervenientes (HALL; WILLIAMS, 2008;

HJALAGER, 2013; SOUZA *et al.*, 2017).

Estudos recentes destacam que a inovação pode manifestar-se de diversas formas, abrangendo desde tecnologias emergentes até práticas organizacionais e devido a isso, há crescimento significativo nos estudos sobre inovação em serviços turísticos (CARDOSO *et al.*, 2023).

A literatura na área do turismo tem destacado o desenvolvimento de estratégias de inovação mais ou menos complexas, através de inovação tecnológica ou não tecnológica, nesse contexto, o tema da inovação tem adquirido crescente relevância sobre turismo nas últimas duas décadas. A inovação é trabalhada junto à diversos temas como por exemplo: o estudo sobre inovação do turismo de forma geral, (HJALAGER, 2010; AIRES; BRANDÃO, 2022), o comportamento inovador das empresas (SUNDBO; ORFILA-SINTES; SØRENSEN, 2007) a sustentabilidade (JAYAWARDENA, 2019; YIN *et al.*, 2020; KOKOTOVICH *et al.*, 2021), ecossistema de inovação (FILIPPOPOULOS; FOTOPOULOS, 2022), agências de viagens (KUSS; MEDAGLIA, 2022), gestores de artesanatos e restauração (RODRIGUES; ANJOS, 2016), empreendedorismo hoteleiro (NORDLI, 2017), uso da inteligência artificial (IA) em diversas aplicações de mercado, como na previsão de demanda, análise de *big data*, automação, robótica na hotelaria (KIRTIŁ; AŞKUN, 2021) e no planejamento de viagens (XIANG; GRETZEL, 2010).

Assim, a tecnologia e a inovação tem papel fundamental na facilitação do desenvolvimento turístico, transformando as interações entre destinos, empresas e viajantes. O uso de TIC permite a personalização das experiências, os avanços como *big data* e realidade aumentada envolvem estratégias mais eficazes na promoção turística (LI *et al.*, 2018; OLIVEIRA; CORREA, 2017). Além disso, conceitos como turismo inteligente e destinos turísticos inteligentes (MEHRALIYEV *et al.*, 2020) reforçam a necessidade de compreender e aplicar essas inovações. Além de contribuir para a gestão e o planejamento de destinos, tais transformações tecnológicas colaboram com a competitividade do setor em um contexto globalizado. Estudos sobre realidade aumentada e gamificação (WADA; CAMARGO, 2016) e recursos móveis (DORCIC *et al.*, 2018) argumentam como a inovação abre novos cenários para engajar visitantes e racionalizar recursos. Portanto, a análise de tais interações é crucial para a promoção do turismo sustentável e inteligente.

Apesar da existência de vários estudos nesta área de investigação de

estratégias de inovação no turismo, ainda são poucos os estudos que exploram as relações e variações das práticas de inovação em relação aos modelos de negócios e de competitividade regional (ABREU NOVAIS *et al.*, 2018; DIVISEKERA; NGUYEN, 2018; RODRÍGUEZ *et al.*, 2014). A inovação é considerada um fator crítico dos destinos turísticos face à concorrência e este é um dos determinantes sociais e econômicos da procura de mercado (ZACH; HILL, 2017). Os produtos turísticos, por exemplo, são elementos chave que atraem turistas para destinos específicos. A diversificação, a intensificação e a combinação destes produtos podem ser cruciais para a competitividade das empresas e para o desenvolvimento sustentável das regiões (BENUR; BRAMWELL, 2015).

O ecossistema de inovação cria um ambiente favorável para o surgimento de novas ideias, produtos e serviços, reduzindo barreiras à inovação e estimulando a troca de conhecimento entre diferentes setores (AUDRETSCH; BELITSKI, 2017). Além disso, a presença de infraestruturas adequadas, como incubadoras, aceleradoras e parques tecnológicos, fortalece o empreendedorismo inovador e aumenta o número de *startups* e empresas emergentes (ISENBERG, 2010).

A importância dos ecossistemas de inovação também se reflete na capacidade de adaptação das regiões a mudanças tecnológicas e de mercado. Estudos apontam que ecossistemas bem estruturados tendem a gerar um maior impacto econômico e social, pois facilitam a difusão do conhecimento e a cooperação entre agentes inovadores (AUTIO *et al.*, 2017). Além disso, a diversidade de atores e a interdisciplinaridade presentes nesses ambientes favorecem a criação de soluções inovadoras para desafios globais, como sustentabilidade e transformação digital (CARAYANNIS; CAMPBELL, 2009).

Dentro desse contexto, a construção de um ecossistema de inovação no turismo exige a colaboração entre diferentes atores, como governo, universidades, empresas e *startups*. Esse ambiente de cooperação impulsiona o desenvolvimento de soluções criativas para os desafios do setor, além de gerar novos modelos de negócios e práticas mais sustentáveis. No Paraná, iniciativas voltadas para a inovação têm se destacado, demonstrando o potencial do Estado em se tornar uma referência no turismo inovador e competitivo, por conta da sua diversidade territorial, cultural e econômica. Oferece um ambiente propício para analisar como a inovação pode impulsionar o setor, desde o turismo rural até as experiências urbanas

inovadoras (IPARDES, 2024). A diversidade de destinos turísticos, como Foz do Iguaçu, Curitiba e o Litoral, permite examinar diferentes estágios de desenvolvimento e a implementação de estratégias inovadoras. Políticas públicas de incentivo, parcerias entre setor público e privado e a digitalização de serviços turísticos são aspectos fundamentais na construção de um ecossistema inovador, promovendo sustentabilidade e competitividade.

O turismo é um setor altamente dinâmico e multifacetado, exigindo uma abordagem complexa para a implementação da inovação. A diversidade de segmentos, públicos e territórios torna necessária a adoção de estratégias específicas que atendam às particularidades de cada contexto. A inovação pode se manifestar de diferentes formas, desde novos modelos de negócios até a incorporação de tecnologias emergentes, passando pela requalificação de espaços e criação de experiências diferenciadas. No entanto, sem um modelo estruturado para analisar essas iniciativas, a mensuração do impacto e da efetividade das inovações no setor pode se tornar um desafio.

Diante desse cenário, a identificação das dimensões da inovação aplicada ao turismo surge como uma ferramenta essencial para compreender e avaliar a complexidade desse processo. Dimensões específicas para o setor permite categorizar e analisar as inovações de forma sistemática, considerando aspectos como tecnologia, sustentabilidade, experiência do visitante, gestão e governança. A mensuração da inovação no turismo é essencial para avaliar o impacto das transformações no setor e fornecer diretrizes para a tomada de decisão. E permite identificar lacunas e oportunidades dentro do ecossistema turístico, possibilitando ajustes estratégicos para maximizar os benefícios das iniciativas inovadoras.

Dessa forma, reconhecer o papel da inovação e sua contribuição para o ecossistema do turismo torna-se relevante tanto do ponto de vista acadêmico quanto para a formulação de políticas públicas e estratégias de mercado. Para compreender essa dinâmica, a dissertação foi construída com base no modelo multipaper do Programa de Pós-Graduação em Turismo, da Universidade Federal do Paraná, e será apresentada em três estudos (Quadro 1), com abordagens complementares. A problemática deste trabalho reside em como o processo de inovação pode contribuir para a gestão ou ecossistema do turismo?

## 1.1 OBJETIVO GERAL

- Reconhecer o papel da inovação e a sua contribuição para o ecossistema do turismo.

## 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender a inovação no turismo;
- Mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná;
- Identificar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo.

## 1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A dissertação está dividida entre os capítulos com introdução, metodologia, estrutura e considerações finais da dissertação. Está dividida em estudo 1, estudo 2 e estudo 3. Cada um destes capítulos conta com seus subcapítulos de desenvolvimento do estudo, respondendo a um objetivo específico relacionado. Na penúltima seção as considerações finais do trabalho. O Quadro 01 apresenta uma síntese dos três estudos que compõem essa dissertação.

Quadro 1: Síntese dos Estudos

	Estudo 1.	Estudo 2.	Estudo 3.
Título	A Relação da Inovação no Turismo: Explorando novas perspectivas	Ecossistema de Inovação do Turismo: O Caso do Paraná	Dimensões da Inovação no Turismo do Paraná
Objetivo	Compreender a inovação no turismo;	Mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná;	Identificar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo.
Metodologia	Pesquisa Exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa, bibliográfica, bibliométrica e sistemática.	Estudo exploratório Análise documental e estudo de caso.	Pesquisa quantitativa; análise fatorial exploratória.

<b>Contribuições teórico-práticas</b>	Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa ao explorar a relação entre inovação e turismo. Esta colaboração é necessária para o desenvolvimento e o aprimoramento dos destinos turísticos, em que a inovação no turismo está diretamente ligada à sustentabilidade e na para adaptação do setor em um ambiente competitivo.	Este estudo oferece uma discussão sobre o ecossistema de inovação no turismo no contexto do Paraná. Além disso, fornece a perspectiva nas entrevistas e na base teórica sobre a integração e da parceria para fomentar práticas inovadoras e também de consolidar o turismo como um setor estratégico.	O estudo contribui no desenvolvimento de um modelo de mensuração da inovação no turismo, auxiliando gestores na tomada de decisão e promovendo a competitividade do setor.
<b>Journals</b>	Revista Investigaciones Turísticas	Revista Brasileira de Inovação (Unicamp)	Revista Tourism Management Perspectives

Fonte: Elaboração própria , 2025

## 2. METODOLOGIA DA DISSERTAÇÃO

A epistemologia, como estudo do conhecimento, pode ser abordada e estudada de diferentes formas. O turismo é um fenômeno complexo em que dados, informações e conhecimentos, de e sobre os turistas, são a base essencial para a competitividade e inovações dos destinos (JAFARI, 2001; HJALAGER; NORDIN, 2011), onde os turistas desempenham um papel importante como fonte chave de conhecimento (HALL; WILLIAMS, 2008). As abordagens acadêmicas sobre o turismo e sua história, seu conceito tem sido, através dos tempos, tratado de forma disciplinar, multidisciplinar e, recentemente, transdisciplinar ou até mesmo transversal (SANTOS; CROTTI, 2023).

A construção do conhecimento científico pressupõe a compreensão de estudos anteriores que servem como base para as pesquisas atuais, como a que se segue. Revisar o que já foi produzido sobre um determinado tema é uma tarefa essencial em qualquer produção científica. O pesquisador que deseja contribuir para o entendimento de um fenômeno social ou comportamental deve, primeiramente, conhecer o que já foi descoberto sobre o tema, o nível de certeza dessas descobertas e o que ainda permanece sem explicação (COPPER, 2017).

Ao longo dos anos, os conceitos de viagem, turismo e turista foram sendo discutidas conforme os contextos em que surgiram, refletindo-se na produção de conhecimento científico. Essa troca constante entre o mercado e a academia na formulação de conceitos e teorias é um processo contínuo que sustenta o avanço do saber científico (SANTOS; CROTTI, 2023).

O positivismo está fundamentado na ideia de que o conhecimento científico é a única forma de conhecimento verdadeiro. De acordo com os pensadores positivistas, somente se pode afirmar que uma teoria é correta se ela for devidamente comprovada através de métodos científicos válidos (ARROXELAS GALVÃO *et al.*, 2016).

Esta pesquisa é do tipo exploratória e descritiva, cuja natureza pode ser classificada como aplicada, já que é dedicada à geração de conhecimento para a solução de problemas específicos. Ou seja, é dirigida à busca de *insights* para intervenções práticas em situações particulares (LAKATOS; MARCONI, 2020). A pesquisa utiliza fontes de dados primários e secundários. Quanto à abordagem, se define como uma pesquisa qualitativa e quantitativa.

Dessa forma, o primeiro artigo utilizou a pesquisa exploratória e descritiva de abordagem qualitativa e quantitativa descritiva. Com apoio do software Parsifal foi realizado o levantamento de dados bibliográficos na base de dados Scopus. Na sequência, uma análise bibliográfica e bibliométrica com o apoio do Vosviewer<sup>1</sup> e a sistematização da amostra. Para isso, foi escolhido o método de revisão sistemática, que auxilia na seleção de artigos para a construção do conhecimento teórico sobre determinado assunto. Segundo Kitchenham (2007), uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) é um tipo de revisão que coleta vários estudos de pesquisa e os resume para responder a uma pergunta de pesquisa usando métodos bem definidos. Através desse modelo de revisão pode-se apresentar uma avaliação mais precisa e confiável a respeito de um tema, permitindo assim, a reprodutibilidade dos resultados. Assim, a revisão sistemática de literatura desempenhou um papel fundamental na garantia da qualidade e relevância deste estudo, oferecendo uma base teórica sólida e revelando direções para pesquisas futuras e aplicações práticas. Na tentativa dessa mensuração mais efetiva, a ciência produz indicadores como os da abordagem bibliométrica, que surge como ferramenta poderosa na avaliação da produção científica em áreas do conhecimento objetivando o estudo de publicações e referências bibliográficas. A Bibliometria pode ser também conceituada como um método de recenseamento de atividades correlatas e científicas utilizando análise de dados com particularidades semelhantes ou iguais (PEREIRA, 2014). Este primeiro estudo buscou traçar um panorama dos construtos de inovação e turismo, por isso a escolha destas etapas.

Já no segundo artigo foi utilizado a pesquisa qualitativa, de caráter exploratório bibliográfico e principalmente documental, com o objetivo de mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná, sendo configurado em um estudo de caso. Os estudos de caso não buscam a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos, os resultados obtidos devem possibilitar a disseminação do conhecimento, por meio de possíveis generalizações ou proposições teóricas que possam surgir do estudo (YIN, 2001).

Segundo Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma investigação empírica de

---

<sup>1</sup> VOSviewer é um software para construção e visualização de mapas baseados em redes bibliométricas, ou seja, serve para quantificar e analisar literatura científica.

um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” Yin (2001) enfatiza ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados. Assim, esta abordagem é particularmente relevante para pesquisa que se concentra no mapeamento dos ecossistemas do Paraná.

O Paraná foi escolhido como objeto de estudo, por fazer parte do cenário e do mercado de trabalho da pesquisadora. Além de ter um papel importante tanto no cenário regional quanto nacional, como um Estado com influência econômica, ainda apresentou resultado superior de desempenho comparado a outros Estados brasileiros que já divulgaram suas variações de PIB no ano de 2023 (IPARDES, 2024). O segmento de Turismo do Paraná registrou um aumento de 12% em 2023, ficando como o terceiro melhor do Brasil (IPARDES, 2024). O turismo figura como setor de serviços sendo destaque para a economia do Estado, o que torna seus desenvolvimentos no setor de turismo e inovação relevantes para todo o Brasil.

O terceiro estudo apresentou uma metodologia da pesquisa de caráter exploratório e abordagem quantitativa. Foram realizados o levantamento das variáveis, o pré-teste do questionário com especialistas e a coleta de dados com gestores de empresas do setor de turismo do Paraná. Foram utilizadas a estatística descritiva, aplicação de questionário do Google Formulários e a análise fatorial exploratória para identificar as dimensões da inovação. A análise fatorial exploratória é uma técnica estatística multivariada utilizada para identificar padrões ocultos em um conjunto de variáveis observadas, reduzindo a complexidade dos dados e agrupando itens correlacionados em fatores subjacentes (HAIR JR. *et al.*, 2009). Os dados foram interpretados e analisados com apoio do software SPSS. O SPSS é um software estatístico que permite a análise de dados, a geração de relatórios, a realização de análises estatísticas e a criação de gráficos (IBM, 2025).

### 3. ESTUDO 1 - INOVAÇÃO NO TURISMO: EXPLORANDO NOVAS PERSPECTIVAS

#### 3.1 RESUMO

O avanço tecnológico, impulsionado pelos princípios da Quarta Revolução Industrial (Indústria 4.0), tem gerado transformações significativas em diversos setores econômicos, incluindo o turismo. O objetivo do estudo foi compreender a inovação no turismo. A metodologia é exploratória com abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica e bibliométrica com análise sistemática por meio do software *Parsifal*. A bibliométrica teve o apoio do software *VOSviewer* que revela que a inovação no turismo não é apenas uma questão de tecnologia, mas também de colaboração entre os stakeholders, principalmente no processo de gestão. Os resultados da revisão apresentam uma amostra final de 92 artigos distribuídos em 6 clusters. A análise dos clusters revela ainda a interdisciplinaridade e complexidade dos estudos em turismo e inovação. Essas inovações permitem a criação de experiências personalizadas, a automação de processos e o aumento da eficiência operacional em serviços turísticos, ao mesmo tempo em que desafiam empresas e destinos a se adaptarem a um cenário dinâmico e em constante evolução. A interconexão entre temas, como inovação e sustentabilidade, reflete um campo dinâmico que integra questões econômicas, sociais e ambientais, reforçando a relevância de estratégias inovadoras no turismo. Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa ao explorar a relação entre inovação e turismo. Esta colaboração é necessária para o desenvolvimento e o aprimoramento dos destinos turísticos, em que a inovação no turismo está diretamente ligada à sustentabilidade e na para adaptação do setor em um ambiente competitivo.

**Palavras-Chave:** turismo, inovação, tecnologia, indústria 4.0.

#### 3.2 INTRODUÇÃO

Com a transformação digital, muitas oportunidades e desafios foram apresentados para as atividades turísticas e com a ascensão de um novo paradigma associado à teoria da quarta revolução industrial (Indústria 4.0), (GOMES *et al.*, 2023; LI *et al.*, 2021). As inovações tecnológicas transformaram as estruturas, processos e práticas no setor (BUHALIS *et al.*, 2019). Pelo fato de que o turismo é complexo e global, a informação é o seu principal elemento e a TIC tornou-se fundamental para que o setor opere de forma competitiva (MENDES FILHO, 2002).

A inovação é um conceito multifacetado (MARTINS *et al.*, 2020; BAREGHEH; ROWLEY; SAMBROOK, 2009), com diferentes definições e categorias. A inovação se manifesta na forma de um novo produto, serviço ou processo. E o conceito é usada em muitos contextos, seja na gestão, marketing, engenharia ou até mesmo no turismo (DRUCKER, 2002; CARDOSO *et al.*, 2024; GRISSEMANN;

PIKKEMAAT; WEGER, 2013).

O ecossistema turístico pode ser compreendido como um sistema complexo de interações entre diversos atores — incluindo setor público, empresas privadas, sociedade civil e instituições acadêmicas — que colaboram para promover o desenvolvimento sustentável e a inovação no turismo. Essa abordagem integrada é importante para fortalecer a atividade turística e gerar impactos positivos nas comunidades locais (LIMA; AZEVEDO; EMMENDOERFER, 2023).

A inovação impulsiona a colaboração entre os diversos atores do ecossistema turístico, promovendo a cocriação de valor, o desenvolvimento regional e a diferenciação de destinos em um mercado global cada vez mais competitivo (POUR; MOHAMMADI, 2023). Assim, o turismo e a inovação mantêm uma relação interdependente: enquanto o turismo demanda soluções para lidar com seus desafios contemporâneos, a inovação encontra no turismo um ambiente propício para a experimentação e implementação de novas práticas, tecnologias e modelos de governança.

A literatura acadêmica sobre inovação em turismo passou a se desenvolver, especialmente, a partir dos anos 2000. O primeiro estudo identificado foi publicado em 1997 (HJALAGER, 1997). No entanto, o desenvolvimento mais significativo na área teve início após 2008, desde então, observa-se um crescimento contínuo no interesse pelo tema. Neste contexto, o tema da inovação tem adquirido crescente relevância na literatura sobre turismo nas últimas duas décadas. Gomezelj (2016) argumenta que o turismo apresenta características particulares do setor: a produção e o consumo ocorrem simultaneamente no turismo, trata-se de um setor intensivo em conhecimento, e o fator humano é altamente relevante. Além disso, os produtos turísticos são intangíveis e perecíveis. Por essa razão, a forma como a inovação é tratada no setor turístico difere daquela observada em outros setores industriais (IŞIK; AYDIN; DOGRU; REHMAN; SIRAKAYA-TURK; KARAGÖZ, 2022).

A inovação é trabalhada junto à diversos temas (MARTIN-RIOS, 2019), o estudo sobre inovação do turismo de forma geral, (HALL, 2009; HJALAGER, 2010; BIEGER; BERITELLI; LAESSER, 2011; BOOYENS; ROGERSON, 2016; MENDES FILHO, 2002; BUHALIS 2013; AIRES; BRANDÃO, 2022). Nos últimos anos, a literatura sobre inovação no turismo tem se expandido significativamente, refletindo a crescente importância de estratégias inovadoras para o desenvolvimento

sustentável e competitivo do setor. Estudos recentes destacam a incorporação de tecnologias emergentes, como realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), inteligência artificial (IA) e metaverso, na criação de experiências turísticas imersivas e personalizadas (POUR; MOHAMMADI et al., 2023; POUR; MOHAMMADI, 2023). Diversas aplicações de mercado, como na previsão de demanda, análise de *big data*, automação (KIRTIL; AŞKUN, 2021). Inovação na hotelaria (PIKKEMAAT; PETERS, 2006; MIHALIČ; ŽABKAR; CVELBAR, 2012; GRISSEMANN; PIKKEMAAT; WEGER, 2013; GOMEZELJ, 2016; SALLEH; GHAZALI; MOHD, 2022; YU; SU, 2023). Iniciativas unindo a sustentabilidade e a inovação também vêm sendo discutidas (FONT; TAPPER; SCHWARTZ; KORNILAKI, 2008; LEITE, 2023). No planejamento de viagens (XIANG; GRETZEL, 2010; PARIDA JEWPNYA et al., 2023), e estudo sobre destinos turísticos inteligentes (KOO, MENDES-FILHO; BUHALIS, 2019; SOARES; DOMARESKI-RUIZ; IVARS BAIDAL, 2022; GAJDOŠÍK; MARCIŠ, 2025).

Diante da crescente complexidade e competitividade do setor turístico, compreender os processos de inovação auxilia na identificação de estratégias que promovam diferenciação, posicionamento e geração de valor. A inovação, nesse contexto, não se limita ao uso de tecnologias, mas abrange mudanças em produtos, serviços, processos e modelos de negócios. Assim, o trabalho tem como objetivo compreender a inovação no turismo.

Logo, a partir desta introdução, este artigo está organizado em mais quatro seções. A segunda seção detalha a fundamentação teórica, a seção três a metodologia; a seção quatro mostra os resultados ao mesmo tempo que proporciona sua discussão; e finalmente, a seção cinco apresenta as considerações finais e indicações para estudos futuros.

### **3.3 INOVAÇÃO E TURISMO**

Tanto a inovação quanto o turismo não são considerados fenômenos novos, ambos têm acompanhado a história da humanidade de forma conjunta e sincrônica. O desenvolvimento de suas práticas precedeu em muito o surgimento e a evolução de seu corpo teórico ou campo de conhecimento acadêmico.

A Onu Turismo, antiga Organização Mundial do Turismo - OMT, (2024), entende como inovação no turismo:

A inovação no turismo, como em outros lugares, é uma ação colaborativa entre governos, universidades, empresas, micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) e start-ups, investidores, apoiando parceiros comerciais (aceleradores, incubadoras, etc.) e outras partes interessadas. Promover uma inovação turística bem-sucedida e um ecossistema empreendedor exige a ligação de todas as partes interessadas a oportunidades de colaboração e a priorização do desenvolvimento de capacidades em turismo e tecnologia.

Inovações de produtos ou serviços se referem às mudanças observadas diretamente pelo cliente e consideradas como novas, tanto no sentido de nunca terem sido vistas antes ou novas para a empresa particular ou de destino (HJALAGER, 2010). O aumento das inovações nos serviços resulta, entre outros fatores, de complementaridade progressiva de bens e serviços; introdução de novas tecnologias junto com mudanças na organização do processo de produção e na prestação de serviços; implementação de novas Tecnologia da informação e comunicação - TICs que contribuem para o crescimento econômico, desenvolvimento e resultam em maior produtividade do trabalho (IETTO-GILLIES, 2002; RAPACZ *et al.*, 2022).

Pesquisadores focados em indústrias de serviços discutem cada vez mais a importância de aplicar uma perspectiva de rede colaborativa na pesquisa de negócios de serviços (BINDER, 2018; SCOTT; LAWS, 2010), especialmente no contexto do turismo (BINDER, 2018; AUBKE, 2014; PRESENZA; CIPOLLINA, 2010; TIMUR; GETZ, 2008). Aubke (2014, p. 11) vê as empresas de turismo como "agentes coletivos em redes complexas de relações econômicas".

No entanto, o setor de serviços abrange uma ampla gama de campos diferentes e, portanto, está sujeito a diversas influências. Os diferentes tipos de atividades de serviço possuem sua própria natureza específica (KELLER, 2005; MILES, 2005; OTTENBACHER, 2005; PIKKEMAAT; PETERS, 2006; ORFILA-SINTES; MATTSSON, 2009; HJALAGER, 2010; RAPACZ *et al.*, 2022). A especificidade dos serviços impacta a capacidade de absorver inovações. No setor de serviços, o trabalho vivo é o meio de valor em uso, enquanto os meios de trabalho criam condições para a prestação de serviços (CHANG *et al.*, 2012; ROGOZIŃSKI, 2004; HURLEY; HULT, 1998). Hipp e Grupp (2005) enfatizam a importância do fator humano no processo de criação de inovações em serviços.

Como outros setores de serviços, o turismo é frequentemente visto como menos inovador do que indústrias mais orientadas para a manufatura e tecnologia. Na literatura sobre inovação em serviços e turismo, existe um debate sobre a

possível incompatibilidade entre inovação de produto e de serviço (KRIZAJ *et al.*, 2012) e as particularidades da inovação no turismo (JACOB *et al.*, 2003; WALDER *et al.*, 2006; HALL; WILLIAMS, 2008). As questões principais relacionam-se às características, especificidades de mensuração e diferentes modelos descritivos de inovação na indústria de serviços e turismo.

A inovação no turismo é tipicamente incremental e orientada para serviços, em vez de tecnológica (BOOYENS, 2018; PANFILUK, 2021). De fato, as inovações não tecnológicas, como inovações organizacionais, de gestão e de marketing, são prevalentes nos serviços (HJALAGER, 2010; FAGERBERG, 2013; HALL; WILLIAMS, 2020).

A inovação no turismo é um dos fatores mais importantes que contribuem para atender às necessidades e desejos dos turistas, proporcionar conforto aos turistas, aumentar o valor da experiência turística e melhorar sua lealdade ao destino turístico (HALL; WILLIAMS, 2008; HJALAGER, 2013; SOUZA *et al.*, 2017; ELZEK; ABDULSAME, 2020). Influencia a tomada de decisão dos turistas ou suas avaliações pós-visita e também aumenta a capacidade dos turistas de coletar benefícios, ajudando-os a explorar bens e serviços que satisfaçam seus desejos (HJALAGER, 2010; HJALAGER, 2013; ELZEK; ABDULSAME, 2020).

Tecnologias interromperam e transformaram a operação de negócios de turismo e hospitalidade ao mudar modelos de negócios inteiros (BUHALIS *et al.*, 2023; ABOU KAMAR *et al.*, 2024; FENNELL, 2021). Exemplos incluem o surgimento das Agências de Viagens Online (OTAs) que reformularam o processo de reserva e o advento de plataformas digitais como o Airbnb, que desafiaram os provedores de acomodações tradicionais. Enquanto tecnologias disruptivas atraíram atenção significativa, a indústria também viu a proliferação de tecnologias incrementais voltadas para aprimoramentos diários. Sistemas de reservas, software de gerenciamento de relacionamento com clientes (CRM) e soluções de processamento de pagamentos tornaram-se a espinha dorsal das operações eficientes (BUHALIS *et al.*, 2023; O'CONNOR, 2023). Essas tecnologias melhoram o serviço ao cliente (ROBINSON *et al.*, 2020), otimizam processos (BUHALIS *et al.*, 2023; CHEN; YE, 2024) e aumentam a satisfação geral dos hóspedes (LIU *et al.*, 2017).

Dessa forma, para que a inovação no turismo aconteça há necessidade de uma ação colaborativa que envolve uma rede diversificada de stakeholders,

incluindo governos, universidades, empresas, micro, pequenas e médias empresas (MPMEs), *startups*, investidores e parceiros comerciais como aceleradoras e incubadoras. Para promover um ecossistema de inovação turística, é essencial criar conexões entre todas essas partes interessadas, facilitando a colaboração e priorizando o desenvolvimento de capacidades.

### 3.4 METODOLOGIA

A metodologia deste estudo foi exploratória de abordagem qualitativa, com a pesquisa bibliométrica (*Vosviewer*) e bibliográfica com análise sistemática (*Parsifal*), evidenciando a integração de duas estratégias complementares. Para o desenvolvimento da pesquisa foi realizada uma coleta nas bases de dados Scopus que abrange cerca de 19,5 mil títulos de mais de 5.000 editoras internacionais, incluindo a cobertura de 16.500 revistas peer-reviewed nos campos científico, técnico, e de ciências médicas e sociais (SCOPUS, 2023).

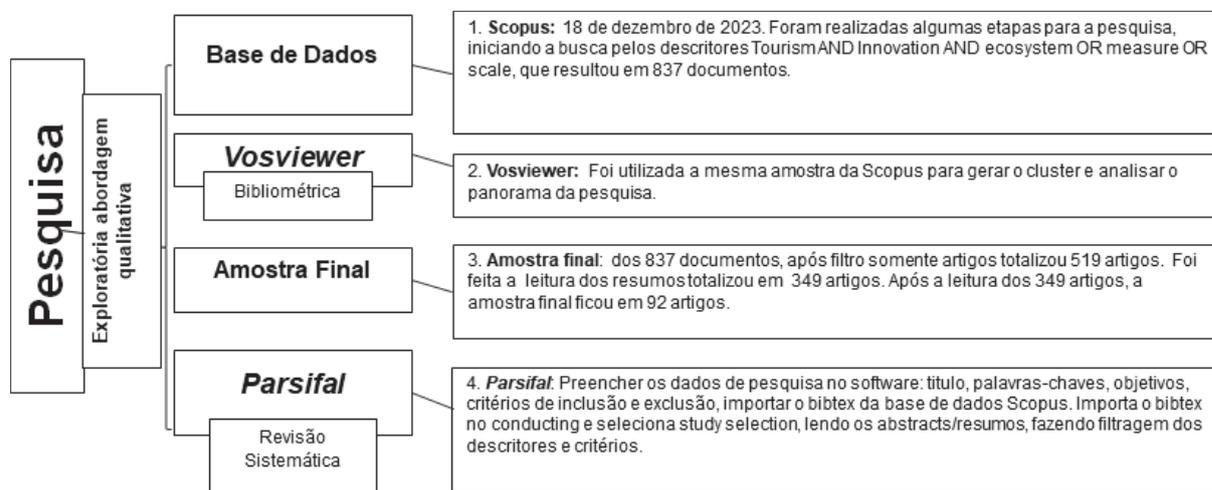
A coleta de dados ocorreu no dia 18 de dezembro de 2023, e o recorte temporal foi dos anos de 1983 a 2023. Foi realizada a busca pelos descritores *Tourism AND Innovation AND ecosystem OR measure OR scale*, que resultou em 837 documentos. O primeiro filtro utilizado foi somente artigos totalizando 519 artigos. Após leitura dos títulos e resumos para verificação da pertinência do texto para o contexto do presente estudo, a amostra ficou em 349 artigos.

Uma vez definidos os artigos a serem analisados, procedeu-se a uma nova filtragem e com a leitura e o levantamento de informações, a amostra final totalizou 92 artigos que remetem ao tema inovação e turismo, pois a base de dados identificou estudos da área de biologia pelo descritor *ecosystem*. Após a coleta, a primeira etapa foi com o apoio do software *Vosviewer* (versão 1.6.15), ferramenta amplamente utilizada na literatura bibliométrica. Ela realiza o mapeamento científico e examina a co-ocorrência de palavras-chave, desenha e mapeia clusters para análise, gerando a rede bibliométrica da produção científica sobre visualização da informação (VAN ECK; WALTMAN, 2010; SINKOVICS, 2016; MULET-FORTEZA, *et al.*, 2019).

Esse tipo de análise, a bibliométrica, contribui diretamente na compreensão do campo a ser estudado, auxiliando a traçar um panorama dos artigos já publicados na área. Esta etapa auxiliou no processo de visualização das principais áreas a serem relacionadas aos construtos da pesquisa. Essa abordagem permite identificar

padrões de pesquisa, tendências emergentes e lacunas temáticas, ao mesmo tempo em que contextualiza teorias e práticas inovadoras no turismo.

Figura 1: Metodologia da Pesquisa com uso do Software *Parsifal* e *Vosviewer*



Fonte: elaborada pela autora, 2025.

Na segunda etapa foi realizada a revisão sistemática que é uma modalidade de pesquisa, que segue protocolos específicos e busca dar alguma logicidade a um grande corpus documental. Dessa forma é possível o desenvolvimento de identificação, compilação, análise e interpretação dos dados dos artigos levantados para estudo (GALVÃO; RICARTE, 2020). A escolha de usar o software on-line Parsifal foi para auxiliar no planejamento e execução da revisão sistemática da literatura e possui etapas que permitiram identificar e interpretar estudos disponíveis em bases científicas. O processo de revisão sistemática implica tematizar a questão e explicitar princípios que contribuam para a definição de um pensamento conducente a uma experiência de seleção de fontes afastado o mais possível de convicções pessoais ou de avaliações subjetivas influenciadas por coordenadas geográficas ou de pertença a uma determinada comunidade acadêmica (BRINER; DENYER, 2012).

Após lidos os referidos artigos, foi incluído na ferramenta *parsifal* para filtragem de critérios de inclusão e exclusão, verificando se os artigos apresentavam uma discussão direta sobre a inovação no turismo para a sistematização dos resultados.



inovação e práticas sustentáveis no turismo, sugerindo uma relação central entre práticas inovadoras e a promoção da sustentabilidade no turismo, especialmente em hotelaria e hospitalidade. A inovação é frequentemente vista como necessária para alcançar a sustentabilidade no setor. As conexões fracas do cluster 1 são: "*organization framework*" (5) "*police making*" (5) "*scale development*" (5). As escalas e modelos ainda são escassas na literatura, o que fica evidente com essas conexões. A revisão bibliométrica também revelou que a sustentabilidade é a categoria mais frequente em inovações no turismo, mencionada 16 vezes na análise de 92 artigos, seguida por tecnologia (9 vezes) e processos (8 vezes), refletindo a centralidade dessas dimensões para o avanço sustentável e competitivo do setor.

Além disso, o cluster vermelho apresenta conexões com termos como "business model innovation", "green practices", "environmental management", "strategic management" e "corporate social responsibility (CSR)", reforçando que as discussões orbitam tanto os níveis operacionais quanto estratégicos da inovação aplicada ao turismo.

A configuração do cluster vermelho indica que a inovação no turismo não é mais tratada apenas sob a ótica tecnológica ou de produto, mas está fortemente associada à sustentabilidade e à criação de valor a longo prazo. O cluster também evidencia uma perspectiva estratégica, na qual a inovação é vista como um fator determinante para o reposicionamento de destinos turísticos e a construção de vantagens competitivas duráveis.

O cluster 2 (**verde**) os principais termos apresentados são "*tourism development*" (71), "*tourist destination*" (42), "*tourism management*" (29), "*tourism market*" (23) "*entrepreneur*" (17) e "*entrepreneurship*" (14) que foca em temas centrais de turismo, especialmente no gerenciamento de destinos turísticos e na administração do turismo em geral. Isso pode incluir estudos sobre como os destinos turísticos são geridos, as práticas de governança e as estratégias de promoção de destinos turísticos. As duas últimas palavras revelam uma tendência de empreendedorismo na área de turismo. Indica que a gestão do turismo frequentemente envolve discussões sobre empreendedorismo, sugerindo que o desenvolvimento de novos negócios é crucial para a gestão eficiente dos destinos.

As conexões relacionadas a destinos turísticos, tecnologia, e desenvolvimento emergem principalmente no cluster 2, que prioriza "tourism

development" (71 ocorrências) e "tourist destination" (42 ocorrências). Esses termos exploram a gestão de destinos turísticos, governança e estratégias de promoção. Além disso, o estudo mostrou que tecnologia e serviços são fatores essenciais para transformar a experiência do turista e melhorar a eficiência operacional em destinos e hotelaria. Estudos específicos, como o uso de modelos quantitativos para medir eficiência ecoeconômica (Zhang *et al.*, 2022), destacam a aplicabilidade prática da tecnologia e inovação em destinos turísticos, fortalecendo sua competitividade e sustentabilidade.

No cluster 3 (**azul**) os principais termos apresentados são "tourism" (142), "sustainable development" (46), "tourism industry" (19) "ecosystem" (18), que está relacionado a temas de desenvolvimento sustentável, ecossistemas e gestão do turismo. Este cluster além de falar sobre o turismo, também está centrado em desenvolvimento sustentável e questões ambientais. A ênfase está na relação entre turismo, ecossistemas e sustentabilidade, indicando estudos que exploram como o turismo pode ser incluído e desenvolvido pela gestão ambiental. Por fim, o cluster 3 conecta ecossistema, meio ambiente, com "ecosystem" (18 ocorrências) e "sustainable development" (46 ocorrências) abordando temas como gestão ambiental e desenvolvimento sustentável. O cluster sugere como o turismo pode ser integrado a estratégias ambientais, enfatizando a colaboração entre stakeholders para criar ecossistemas resilientes. Estudos mostraram que tecnologias emergentes como *big data* e TIC são fundamentais para personalizar experiências turísticas e alinhar o turismo aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Entretanto, conexões quantitativas sobre mensuração, escalas, e frameworks permanecem escassas, com apenas 8 artigos apresentando frameworks específicos para inovação no turismo.

No cluster 4 (**Amarelo**) os principais termos apresentados são "article" (32), "human" (25), "globalization" (9). Este cluster não é representativo para a temática pois revela apenas uma referência à sistematização, com a palavra mais citada. Internamente, ele aborda temas relacionados a impactos humanos e globais no turismo.

No cluster 5 (**Roxo**) os principais termos apresentados são "China" (49), "economic development" (25) que está relacionado aos estudos econômicos e análises espaço-temporais, com foco em regiões como a China. Este cluster pode

estar relacionado ao estudo de impactos econômicos e espaciais do turismo. Este cluster é o segundo menos representativo de todos.

O cluster 6 (**Azul Claro**) é o de menor representatividade contendo apenas 07 itens, em que o mais relevante é o “*climate change*” (19) que também se relaciona com itens de sustentabilidade e ambientais.

Assim, cada cluster revela um aspecto importante do estudo de turismo, desde a gestão de destinos até as implicações ambientais e econômicas mais amplas. É possível destacar que os clusters vermelho e azul são os que mais se conectam entre si. Ambos os clusters discutem a gestão da inovação no turismo de formas diferentes e revelam segmentos de atuação específicos: turismo rural, marketing, inteligência artificial, hotelaria, serviços digitais, empreendedorismo, turismo médico, patrimônio histórico e destinos turísticos inteligentes.

### **3.5.2 RESULTADO DA REVISÃO SISTEMÁTICA**

O turismo é uma atividade complexa e diversificada, no qual está inserida no setor de serviços (RABAHY, 2019; KHURRAMOV, 2020). O Quadro 01 buscou identificar na amostra como a inovação era apresentada/aplicada no estudo e qual em área ou segmento turístico.

Na amostra de 92 artigos foram contabilizados uma variedade de áreas do turismo que abordaram a inovação aplicada ao turismo, notou-se que são 27 anos de pesquisas publicadas sobre a temática, sendo a maioria delas voltadas e dependentes de tecnologias ou ainda serviços e processos.

O Quadro 01 apresenta uma visão geral da revisão sistemática e da aplicação da inovação no turismo, organizada por segmento e área de inovação. No segmento Hotelaria, destacam-se 14 autores em sustentabilidade e 22 em tecnologia, produtos, serviços e processos colaborativos. No segmento Empresas Turísticas, há 8 autores em sustentabilidade, 8 em gestão, serviços e processos, e 5 em tecnologia. Para Destino Turístico, registram-se 10 autores em sustentabilidade, 8 em tecnologia e 21 em gestão, serviços, processos, educação e colaboração. O segmento Rural conta com 6 autores abordando tecnologia, sustentabilidade, serviços e políticas públicas. Em Experiência Turística, somam-se 13 autores em áreas como tecnologia, produto, serviços e sustentabilidade. Por fim, nas Agências de Turismo e Cias Aéreas, há 5 autores em sustentabilidade e serviços, e nos

Eventos, 5 autores tratam de tecnologia e gestão, enquanto a Acessibilidade é representada por 2 autores com foco em tecnologia. Esse panorama evidencia a ampla diversidade de estudos voltados à inovação no setor turístico, refletindo a importância de cada área para o desenvolvimento do setor.

A sustentabilidade emerge como um dos temas centrais nas inovações turísticas e exploram sua aplicação em destinos, empresas de turismo, hotelaria, agroturismo, e outras áreas. A crescente conscientização sobre a importância da gestão ambiental e a implementação de práticas sustentáveis indicam que este é um caminho essencial para a inovação no setor, como Agenda 2030 da ONU. O estudo também revela que as inovações no turismo não estão necessariamente restritas ao setor em si, mas podem envolver práticas desenvolvidas em outras áreas, como a gestão ambiental em hotéis, que, embora não sejam inovações turísticas, contribuem significativamente para a sustentabilidade e a atratividade dos destinos.

No descritor *ecosystem* 49 artigos que abordam o ecossistema de inovação ou de ecossistema que não aborda a inovação e nem mesmo o turismo. Já o descritor *measure* (mensuração) totalizou 18 artigos e o descritor *scale* (escala) 15 artigos, revelando que há poucos estudos empíricos sobre inovação e turismo. Dos 18 artigos, apenas 08 apresentaram *frameworks*, 05 apresentaram modelo de escala e 09 de mensuração ou medidas de turismo, inovação, políticas ou de desenvolvimento. Destes, 03 tinham métodos quantitativos aplicados para o setor de turismo na inovação, o que evidencia uma lacuna em estudos quantitativos na área.

Quadro 2: Panorama da Aplicação da Inovação no Turismo

Segmento	Área da Inovação	Resultados	Autores
----------	------------------	------------	---------

Hotelaria	Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integração de práticas ambientais e sociais na operação hoteleira;</li> <li>Avaliação de eficiência e desempenho sustentável;</li> <li>Estratégias sustentáveis como diferencial competitivo;</li> <li>Iniciativas de green innovation em hotéis de médio e grande porte.</li> </ul>	Hjalager, 1996; Weiermair, 2006; García-Pozo; Sánchez-Ollero; Ons-Cappa, 2016; Nadkarni; Haider, 2022; Ahmed, Mohamed and Aliane, Nadir and Khababa, Nourredine and Abdou, Maha Y. K.; Agina, Mohamed Fathy, 2023.
	Tecnologia, Produtos, Serviços e Processos, colaborativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adoção de tecnologias digitais, IoT e automação em serviços.</li> <li>Inovação organizacional e em processos internos.</li> <li>Colaboração como catalisador da inovação.</li> <li>Desenvolvimento de novos produtos hoteleiros e melhoria da experiência do hóspede.</li> </ul>	Orfilia-Sintes; Crepí-Cladera; Martínez-Ros, 2005; Vadell; Garau; Orfila-Sintes, 2008; Valença; Sobral Thomas; Wood, 2014; Tugores; García, 2025; Andrade Lima; Farias, 2020; Díaz; Duque, 2021; Ingrassia; Bellia; Giurdanella; Columba; Chironi, 2022; Khan, Shaheed and Freeda Maria, Swarna M., 2022; Troisi, Orlando and Visvizi, Anna; Grimaldi, Mara, 2023; Yuan, Hongzhou and Su, Ming and Zywolek, Justyna and Rosak-Szyrocka, Joanna and Javed, Asad and Yousaf, Zahid, 2023.
Empresas Turísticas	Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estratégias sustentáveis em modelos de negócio de operadoras e agências.</li> <li>Certificações e práticas de responsabilidade ambiental.</li> <li>Fortalecimento de imagem corporativa por meio de inovação verde.</li> </ul>	Hallenga-Brink; Brezet, 2005; Zebryte; Jorquera, 2017; Warren; Becken; Coghlan, 2018; Brandão; Costa; Buhalis, 2018; Binder, 2020; Pan,; Weng; Li; Li, 2021; Ahmad, Munir; Zhu, Xiwei; Wu, Yiyun, 2022;
	Gestão, Serviços e Processos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melhoria da eficiência operacional via inovação em gestão.</li> <li>Digitalização de processos de atendimento e logística.</li> <li>Inovação centrada no cliente (customer-centric services).</li> </ul>	Parahoo; Mumtaz; Ayyagari; Harvey; Khazraji, 2021; Barna; Biletska, 2021; Zuñiga-Collazos, Alexander and Gómez-López, Julián Mauricio and Ríos-Obando, José Fabián and Vargas-García, Lina Marcela, 2023.
	Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plataformas digitais e big data para gestão e marketing.</li> <li>Tecnologias emergentes como diferencial competitivo.</li> </ul>	Torrent-Sellens; Ficapal-Cusi; Boada-Grau; Vigil-Colet, 2016; Alonso; Bressan, 2016; Karmanov; Kiseleva; Kuznetsov; Zavrzhin; Shubina, 2020.
	Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Destinos sustentáveis e regenerativos.</li> <li>Gestão ambiental de áreas turísticas.</li> <li>Avaliação de impactos socioambientais com base em inovação territorial.</li> </ul>	Raufflet; Berranger; Gouin, 2008; Jacob; Florido, Carmen; Aguiló, 2010; Kuščer; Mihalič; Pechlaner, 2017; Nageev; Rokotyanskaya; Batova; Bischekova, ; Hokonova, 2018; Klimenko; Shinkevich; Kudryavtseva; Shinkevich; Barse gyan; Farrakhova; Ishmuradova, 2018; Liu; Song; Liu; Chi, 2018; Špaček, Martin and Melnykovich, Mariana and Kozová, Mária and Pauditšová, Eva and Kluvánková, Tatiana, 2022; Roser, Thorsten and Kuzmina, Ksenija and Korja, Mikko, 2023; Buhalis, Dimitrios and O'Connor, Peter

			and Leung, Rosanna, 2023.
Destino Turístico	Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinos inteligentes com TICs integradas.</li> <li>• Monitoramento do fluxo turístico via sensores e apps.</li> <li>• Big data e geolocalização aplicados à gestão turística.</li> </ul>	Kuusik;Tiru;Ahas;Varblane, 2011; Avdimiotis, 2011; Rehner;Rodríguez-Leiva, 2017; Polese;Botti;Grimaldi;Monda;Vesci, 2018; Moreno-Izquierdo;Ramón-Rodríguez;Such-Devesa, 2018; Wang;Cole;Chen, 2018; Liu, Chunlian, 2022; Ibrahim, Ridwan Lanre and Mohammed, Abubakar, 2023.
	Gestão, Serviços, Processos, Educação e Colaborativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento participativo de destinos.</li> <li>• Políticas públicas voltadas à inovação territorial.</li> <li>• Parcerias multissetoriais para desenvolvimento turístico sustentável.</li> <li>• Inclusão da inovação nos currículos de formação turística.</li> </ul>	Chan;Go;Pine, 1998; Hjalager, 2006; Tiffin; Kunc, 2011; Brooker;Joppe;Davidson;Marles, 2012, Carson;Carson;Hodge,2014,Nordli;, 2017; Zach;Hill, 2017; Suadi;Wati;Mitsuhiro, 2019; Aksoy;Alkire;Choi;Kim;Zhang, 2019; Reid, Stuart, 2019; Khwunnak;Chailom, 2021; Pasco-Dalla-Porta; Esparza Arana;Sánchez Zambrano, 2021; Parahoo;Mumtaz;Ayyagari; Harvey;Khazraji, 2021; Fang;Bi;Chen;Peng, 2021; Gorochnaya;Mikhaylov;Plotnikova;Mikhaylova, 2021;Picaud-Bello;Stevens;Cloutier; Renard, 2022;Szromek, Adam R. and Walas, Bartłomiej and Kruczek, Zygmunt, 2022;Jelinčić, Daniela Angelina and Tišma, Sanja, 2022; Pavlov, Kostiantyn and Pavlova, Olena and Ilyin, Leonid and Novosad, Oksana and Bortnik, Svitlana, 2023;Lohmann, Paola and Brandão, Filipa and Rodrigues, Carlos and Zouain, Debora, 2023.
Rural	Tecnologia, Sustentabilidade, Serviços, Políticas Públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação em produtos de turismo rural sustentável.</li> <li>• Apoio institucional via políticas públicas.</li> <li>• Digitalização de serviços e plataformas de agendamento.</li> </ul>	Hjalager, 2014; López; Ramos, 2015;Liu;Yen;Tsai;Lo, 2017;Mykola; Vadym; Anatoliiy; Yurii; Natallia,2020; Semiarti;Purwantoro;Indrianto;Herawati; Milasari, 2020;
Experiência Turística	Tecnologia, Produto, Serviços, Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovações em experiências sensoriais e imersivas.</li> <li>• Customização e digitalização da jornada do turista.</li> <li>• Sustentabilidade como valor da experiência ofertada.</li> </ul>	Ronningen, 2010; Chan;To;Chu, 2016; Wang;Cole;Chen, 2018;Hansen;Hjalager;Fyall, 2019;Rath;Satpathy;Patnaik, 2019;Liu;Li;McCabe;Xu, 2019; Sambyal;Marwaha;Mavi, 2020; Fabi;Vettori;Faroldi, 2021; Sipe, 2021; Nadkarni;Haider, 2022; Lyu, Jiaying and Li, Yao and Mao, Zhenxing and Huang, Huan, 2023; Kandampully, Jay and Bilgihan, Anil and Van Riel, Allard C. R. and Sharma, Anuj, 2023.
Agências de turismo e Cia aérea	Sustentabilidade e Serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação nos canais de venda e relacionamento.</li> <li>• Programas de sustentabilidade e compensação de carbono.</li> </ul>	Alonso-Almeida;Rocafort;Borrajó,2016; Wang;Cole;Chen,2018; Capriello, Antonella and Riboldazzi, Sabina, 2021;
Eventos	Tecnologia e Gestão	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão digital de eventos.</li> <li>• Plataformas híbridas (presencial + online) com foco na interatividade.</li> </ul>	Dillette; Ponting, 2021; Bartis;Hufkie;Moraladi, 2021
Acessibilidade de	Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologias assistivas aplicadas a destinos e eventos.</li> <li>• Acessibilidade digital e física como diferencial competitivo.</li> </ul>	Walker; Chen, 2019

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Na área de sustentabilidade, vários autores se destacam por suas contribuições relevantes para o turismo sustentável. Nadkarni, Haider (2022), Warren, Becken e Coghlan (2018) investigam como práticas sustentáveis podem ser integradas ao turismo para mitigar impactos ambientais e sociais. Outros autores, como Lengkeek (1999), Ozdemir (2013), também exploram a interseção entre turismo e sustentabilidade, analisando desde a gestão ambiental até a responsabilidade social corporativa no setor turístico. Pesquisadores como Hjalager e Kwiatkowsk (2019), Klimenko, Shinkevich, Kudryavtseva, Barsegyan (2018) Zhang, Zhan, Ying Ruiyang, Xunbo (2022) e outros, investigam como inovações sustentáveis podem ser promovidas em destinos turísticos para garantir um crescimento equilibrado e duradouro.

No campo dos serviços, autores como Chan, Go, Pine (1998) López e Ramos (2015) Buhalis, Harwood, Bogicevic, Giampaolo, Srikanth e Hofacker (2019) são notáveis por suas investigações sobre como os serviços podem ser otimizados no turismo. Pesquisadores como Yang, Gengyuan (2018) também exploram a qualidade e eficiência dos serviços turísticos, enquanto Jay Kandampully e Anil Bilgihan (2023) abordam a inovação em serviços e a experiência do cliente. Outros autores, como Allard C. R. Van Riel, Anuj Sharma, Kostiantyn Pavlov, Olena Pavlova, Leonid Ilyin e Oksana Novosad (2023), analisam como a digitalização e a tecnologia podem transformar a prestação de serviços no setor. Além disso, Parahoo, Mumtaz, Ayyagari, Madhavi, Harvey (2021) estudam a interação entre inovação de serviços e satisfação do cliente, enquanto Liu, Li, McCabe e Xu (2019) exploram o papel dos serviços no desenvolvimento sustentável do turismo.

No campo de Destinos Inteligentes, alguns dos principais autores que têm contribuído significativamente incluem Buhalis (2020), Gretzel, Werthner, Koo, Lamsfus (2015). Estes pesquisadores exploram como a tecnologia e a inovação podem transformar destinos turísticos, promovendo a digitalização e a personalização da experiência do turista. Suas pesquisas abordam desde o desenvolvimento de plataformas inteligentes que integram dados em tempo real até a criação de estratégias para destinos que almejam oferecer experiências conectadas e personalizadas, mantendo a sustentabilidade e a competitividade em um mercado global.

A inovação no turismo envolve pesquisar, descobrir, desenvolver, melhorar e

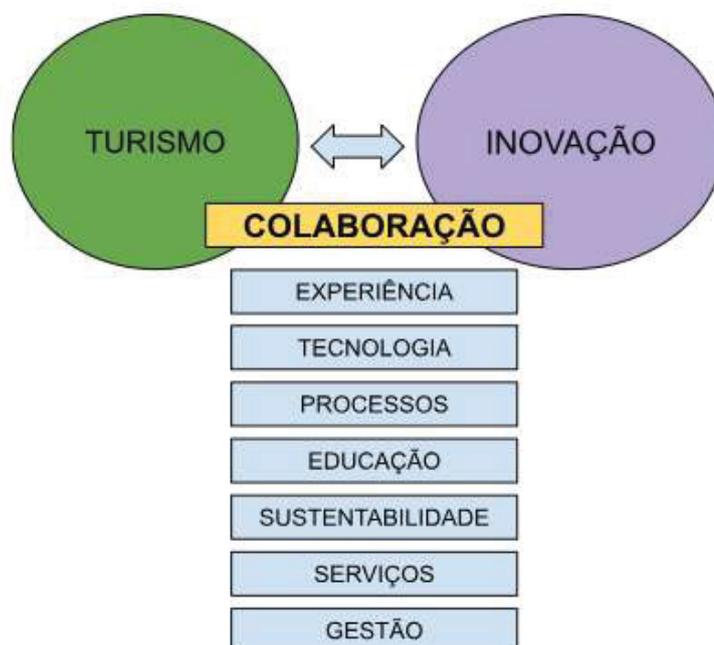
comercializar novas formas e métodos. Alinhada à literatura clássica e específica do turismo, a inovação está associada à renovação, melhorias significativas, reconfigurações, interações, compartilhamento de conhecimento, estratégias sustentáveis, soluções de problemas, satisfação das necessidades dos consumidores e stakeholders. O componente humano e subjetivo é essencial e não deve ser ignorado, no turismo, onde as subjetividades são inerentes às práticas inovadoras (AIRES; BRANDÃO, 2022).

A clusterização oferece uma visão geral abrangente sobre o campo de estudo do turismo e da inovação e reforça os resultados da sistematização da literatura, como as relações de inovação, turismo, sustentabilidade, ecossistema e processos. Esta análise reforça os achados da revisão sistemática do Quadro 01, que demonstra a complexidade e a interdisciplinaridade desse tema, que envolve aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais em que a inovação é fundamental para o desenvolvimento de um turismo capaz de atender às demandas de um mercado cada vez mais exigente.

A Figura 03 destaca a interconexão entre os construtos turismo e inovação, evidenciando que o progresso no setor turístico depende diretamente de uma colaboração eficaz entre esses dois campos. Ao colocar a "colaboração" como o elo central, ilustra que a inovação não é um esforço isolado, mas uma construção conjunta que envolve diferentes stakeholders.

A relação entre turismo e inovação, conectada pela colaboração, é essencial para alcançar a melhoria da experiência, o aprimoramento da tecnologia e dos processos, a qualidade da educação, a sustentabilidade, e qualidade nos serviços e eficiência na gestão. A implementação de inovações depende tanto de estruturas e agentes (empresas, empresários e consumidores) quanto de processos incrementais associados, incluindo inovações de marketing, organizacionais e de produtos. Assim, a colaboração otimiza a experiência do turista e a adoção de tecnologias, promovendo avanços sustentáveis no setor.

Figura 3: **Relação entre Turismo e Inovação**



Fonte: elaborada pelas autoras, 2025.

Para serem competitivas, as empresas de turismo e hospitalidade precisam implementar inovações tecnológicas que promovam serviços em tempo real e otimizem a interação entre anfitriões e hóspedes (BUHALIS; SINARTA, 2019). As tecnologias no turismo atuam como facilitadoras de interações entre atores e troca de informações. Portanto, eles melhoram experiências em tempo real e comunicação, aumentam a competitividade dos destinos e aumentam o engajamento e a eficácia dos recursos de gestão em todo o destino. As inovações tecnológicas e a aplicação de novas metodologias são fundamentais para transformar a experiência turística e fomentar um crescimento sustentável, com a gestão de atributos ambientais desempenhando um papel cada vez mais importante na competitividade dos destinos turísticos (BUHALIS; AMARANGGANA, 2013; DEL CHIAPPA; BAGGIO, 2015). A inovação tecnológica conduz a uma série de inovações de produtos em resposta à demanda dos clientes por oportunidades de criar eles próprios produtos, adicionando serviços e experiências que atendam aos seus interesses específicos. Neste sentido, há cada vez mais pedidos de "experiências únicas" (ocasiões inesquecíveis, únicas na vida), bem como os turistas querem ter uma sensação de aventura e experimentar sabores e aromas que não podem ser apreciados em outros lugares do mundo (ILIEVA *et al.*, 2023). Assim, para existir inovação no turismo exige uma importância de investir em soluções tecnológicas,

isso implica em investir em pesquisa, ciência e tecnologia avançadas para melhorar a experiência do viajante e impulsionar o crescimento sustentável do turismo.

A inovação no negócio do turismo parece complexa, dado que o foco principal é o produto turístico, que tem um alcance diferente dependendo dos elementos que o compõem. Portanto, a inovação é geralmente implementada através de uma série de pequenos passos que levam a uma mudança gradual desenvolvimento e implementação, de uma inovação leva inevitavelmente a outra (ILIEVA *et al.*, 2023). Em conclusão, a análise dos 92 artigos selecionados revela uma predominância de inovações que priorizam a sustentabilidade e a aplicação de tecnologias avançadas no turismo, com ênfase na colaboração entre stakeholders como um motor crucial para o desenvolvimento e aprimoramento dos destinos turísticos.

Observa-se que, embora a inovação esteja profundamente integrada ao conceito de turismo sustentável, a maioria dos estudos foca na sustentabilidade como um fator de atração e aprimoramento dos destinos, processos e serviços turísticos. A inovação no turismo vai além de práticas ambientais, abrangendo a renovação de serviços, a melhoria contínua e a adaptação às necessidades dos consumidores.

### **3.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A inovação desempenha um papel importante no turismo, influenciando tanto a oferta quanto a experiência dos viajantes. Este setor dinâmico e diversificado está em constante evolução, impulsionado por avanços tecnológicos, mudanças nas preferências dos consumidores e pela crescente necessidade de sustentabilidade. Ao examinar como a inovação está integrada ao turismo e seu impacto, é possível discernir diversas facetas que moldam o presente e o futuro desse setor.

Os resultados da pesquisa destacam a diversidade da inovação em que revela que a maioria das inovações no turismo está fortemente ligada a tecnologias, sustentabilidade, serviços e processos, e todas essas áreas requerem parcerias, refletindo a dependência crescente do setor em relação às soluções tecnológicas e práticas avançadas de gestão. Nesse cenário, a rede colaborativa do ecossistema de inovação é fundamental, reunindo diversos stakeholders para alcançar objetivos comuns e acelerar a criação de soluções inovadoras, que no turismo é imprescindível pela característica da complexidade dos atores envolvidos na cadeia produtiva.

O estudo apresenta a limitação de ter sido utilizada apenas uma base de dados para o recorte desta análise. Como contribuição teórica o estudo avança em mapear diversas áreas da inovação em que se analisou sua aplicação e segmento do turismo, como demonstrado nos casos expostos no Quadro 01. As principais áreas elencadas foram: sustentabilidade, serviços, gestão, experiência, tecnologia, processo e educação. Fica evidente a condicionante da colaboração entre os construtos de turismo e inovação. Além disso, a análise por meio do software VOSviewer destaca a interconexão entre termos como "sustentabilidade", "tecnologia", "desenvolvimento econômico", "destinos turísticos", revelando a natureza multidimensional da inovação no turismo, que deve equilibrar as demandas econômicas com a responsabilidade ambiental e a preservação cultural, reforçando a análise sistemática.

E como contribuições práticas, há um grande interesse das organizações de turismo na inovação pois ela pode auxiliar na tomada de decisão dos gestores, apresentando benefícios que promovem a geração de ideias, workshops, identificação de talentos e para geração de produtos. As organizações de gestão e desenvolvimento do turismo devem se engajar em processos nos quais a sociedade seja chamada a desempenhar um papel ativo no planejamento do futuro do destino, e também a implementar as ações necessárias para garantir que os residentes e as empresas se beneficiem do turismo. Portanto, as estratégias de desenvolvimento e planejamento do turismo devem buscar inovação na gestão com os stakeholders.

Como pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação do escopo metodológico por meio da utilização de múltiplas bases de dados e técnicas de análise comparativa, permitindo uma visão mais abrangente sobre a inovação no turismo. Além disso, estudos podem aprofundar a investigação sobre o papel da governança colaborativa na implementação de inovações, analisando como diferentes stakeholders contribuem para soluções tecnológicas, sustentáveis e gerenciais. Por fim, sugere-se a aplicação de abordagens interdisciplinares para compreender melhor a interconexão entre turismo, inovação e transformação digital, contribuindo para estratégias mais eficazes no setor.

Neste contexto, a introdução de novas tecnologias, a criação de experiências personalizadas e a melhoria contínua dos serviços são alguns exemplos de como a

inovação pode atender às crescentes demandas dos consumidores globais e melhorar a eficiência operacional (PEREIRA *et al.*, 2022).

### 3.7 REFERÊNCIAS

- Ahmad, M., Zhu, X., & Wu, Y. (2022). The criticality of international tourism and technological innovation for carbon neutrality across regional development levels. *Journal of Environmental Management*, 315, 115072.
- Ahmed, M., Aliane, N., Khababa, N., Abdou, M. Y. K., & Agina, M. F. (2023). Eco-Innovation Drivers and Their Impact on Tourism and the Hospitality Business in Egypt. *Journal of Cleaner Production*, 385, 135462.
- Aires, J., Costa, C., & Brandão, F. (2022). Rumo a um conceito de inovação no turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 16, e-2577. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2577>
- Alonso, A. D., & Bressan, A. (2016). Micro and small business innovation in a traditional industry. *International Journal of Innovation Management*, 20(4), 1650042.
- Alonso-Almeida, M. M., Rocafort, A., & Borrajo, F. (2016). Shedding light on eco-innovation in tourism: A critical analysis. *Sustainability*, 8(6), 599.
- Avdimiotis, S. (2011). Measurement of spatial inequalities between destination in metafordism period. The role of innovation via grid computing. *Tourism Management*, 32(4), 829-839.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Barna, M., & Biletska, I. (2021). Strategic management of innovation development of tourism businesses: Multi-systematic approach. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 179-190.
- Bartis, H., Hufkie, B., & Moraladi, M. (2021). The Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on the Business Events Sub-sector in South Africa: Mitigation Strategies and Innovations. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(4), 273-290.
- Bieger, T., Beritelli, P., & Laesser, C. (2011). The transformative power of tourism innovation systems. *Tourism Review*, 66(4), 1–15.
- Binder, P. (2020). Impacts of network relationships on absorptive capacity in the context of innovation. *Journal of Business Research*, 120, 65-77.

- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2016). Innovation in tourism: International perspectives and challenges. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(2), 1–12.
- Brandão, F., Costa, C., & Buhalis, D. (2018). Tourism innovation networks: A regional approach. *Annals of Tourism Research*, 72, 56-64.
- Brooker, E., Joppe, M., Davidson, M. C. G., & Marles, K. (2012). Innovation within the Australian outdoor hospitality parks industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 686-695.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of service management*, 30(4), 484-506.
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272.
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
- Capriello, A., & Riboldazzi, S. (2021). Exploring service innovation in a network of travel agencies: the Robintur case. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100815.
- Carson, D. A., Carson, D. B., & Hodge, H. (2014). Understanding local innovation systems in peripheral tourism destinations. *Tourism Geographies*, 16(3), 457-473.
- Chan, A., Go, F. M., & Pine, R. (1998). Service innovation in Hong Kong: Attitudes and practice. *The Service Industries Journal*, 18(2), 112-124.
- Chan, W. Y., To, C. K., & Chu, W. C. (2016). Desire for experiential travel, avoidance of rituality and social esteem: An empirical study of consumer response to tourism innovation. *Journal of Vacation Marketing*, 22(4), 382-396.
- Dillette, A., & Ponting, S. S.A. (2021). Diffusing innovation in times of disasters: considerations for event management professionals. *Event Management*, 25(4), 505-517.
- Díaz, M. M., & Duque, C. M. (2021). Open innovation through customer satisfaction: A logit model to explain customer recommendations in the hotel sector. *Journal of*

- Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(1), 59.
- Drucker. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172-175.
- Fabi, V., Vettori, M. P., & Faroldi, E. (2021). Adaptive reuse practices and sustainable urban development: Perspectives of innovation for European historic spa towns. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(1), 35-52.
- Fang, Y., Bi, D., Chen, H., & Peng, T. (2021). Spatial effects of knowledge-intensive business services clustering on tourism innovation in urban agglomerations. *Journal of Geographical Sciences*, 31(4), 547-562.
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K., & Kornilaki, M. (2008). Sustainable supply chain management in tourism. *Business Strategy and the Environment*, 17(4), 260–271.
- Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: Conceituação, produção e publicação. *Logeion: Filosofia da Informação*, 6(1), 57–73. <https://doi.org/10.21728/logeion.2019v6n1.p57-73>.
- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J.-L., & Ons-Cappa, M. (2016). ECO-innovation and economic crisis: A comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 138, 131-138.
- Gorochnaya, V., Mikhaylov, A., Plotnikova, A., & Mikhaylova, A. (2021). The interdependence between tourism and innovation activity in the western borderlands of Russia. *Tourism Management*, 82, 104168.
- Gomes, S., Lopes, J. M., & Ferreira, L. (2023). Looking at the tourism industry through the lenses of industry 4.0: a bibliometric review of concerns and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2022-0479>
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.
- Hall, C. M. (2009). Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: Never the twain shall meet? *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 2–18.
- Hallenga-Brink, S. C., & Brezet, J. C. (2005). The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 141-149.

- Hansen, M., Hjalager, A.-M., & Fyall, A. (2019). Adventure tourism innovation: Benefitting or hampering operations? *Tourism Management*, 70, 278-292.
- Hjalager, A. M. (1996). Tourism and the environment: The innovation connection. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 7-22.
- Hjalager, A. M. (2006). The marriage between welfare services and tourism - A driving force for innovation? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3(1-2), 7-21.
- Hjalager, A. M. (2012). Innovation policies for tourism. *Tourism Management*, 33(4), 885-898.
- Hjalager, A. M. (2014). Who controls tourism innovation policy? The case of rural tourism. *European Planning Studies*, 22(8), 1587-1603.
- Hjalager, A. M., & Kwiatkowski, G. (2019). Relational environmentalism in coastal recreation and tourism. *Sustainability*, 11(21), 6011.
- Hsiang, C. H., Chen, R.-S., Chen, Y. C., & Chen, C. C. (2011). A framework of collaborative commerce and internet organisation business model innovation in the tourism industry: The case study of the Veterans Affairs Commission in Taiwan. *International Journal of Information Management*, 31(3), 259-264.
- Işık, C., Aydın, E., Dogru, T., Rehman, A., Sirakaya-Turk, E., & Karagöz, D. (2023). Innovation research in tourism and hospitality field: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainability*, 15(7), 6010. <https://doi.org/10.3390/su15076010>
- Jacob, M., Florido, C., & Aguiló, E. (2010). Research note: Environmental innovation as a competitiveness factor in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 16(3), 419-434.
- Jelinčić, D. A., & Tišma, S. (2022). Tourism Innovation in the Adriatic-Ionian Region: Questioning the Understanding of Innovation. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1011-1030.
- Karmanov, M. V., Kiseleva, I. A., Kuznetsov, V. I., Zavrzhin, A. G., & Pushkareva, S. A. (2021). Innovative solutions for developing the transport infrastructure of tourist areas in the context of sustainability. *Transportation Research Procedia*, 58, 92-100.
- Klimenko, T. I., Shinkevich, A. I., Kudryavtseva, S. S., Shinkevich, M. V., Barsegyan, N. V., Farrakhova, A. A., & Ishmuradova, I. I. (2018). Modeling Factors of Environmental Tourism Development in Innovation Economy. *Ekoloji Dergisi*, (106).

- Khurramov, O.K. (2020). "The Role Of The Tourism Sector In The Digitalization Of The Service Economy," *Economics And Innovative Technologies*: Vol. 2020 : No. 1 , Article 6. Available At: <https://Uzjournals.Edu.Uz/Iqtisodiyot/Vol2020/Iss1/6>
- Koo, C., Mendes Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders. *Tourism Review*, 74(1), pp. 1-4. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-208>
- L Ilieva, & L Todorova. (2023). Role of technological innovation for sustainable management of tourism organizations. *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science*, 1269(1), 012038–012038. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1269/1/012038>
- Lengkeek, J. (1999). A thorn for beauty: Tourism involution as a pitfall of sustainability. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 22(1), 83-98.
- López, A., & Ramos, D. (2015). Innovation in services: The case of rural tourism in Argentina. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51(3), 635-646.
- Mendes-Filho, & Ramos, A. (2002). Estratégia Empresarial E Tecnologia De Informação No Turismo. *Revista FARN*.1(2), 37–54.
- Mihalič, T., Žabkar, V., & Cvelbar, L. K. (2012). A hotel sustainability business model: Evidence from Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 701–719. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.632092>
- Mohammadi, F., Yazdani, H. R., Jami Pour, M., & Soltani, M. (2021). Co-creation in tourism: A systematic mapping study. *Tourism Review*, 76(2), 305–343.
- Morant-Martínez, O., Santandreu-Mascarell, C., Canós-Darós, L., & Millet Roig, J. (2019). Ecosystem model proposal in the tourism sector to enhance sustainable competitiveness. *Sustainability*, 11(23), 6652.
- Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., & Merigó, J. (2019). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. *Journal of business research* ,101,819-827.
- Nadkarni, S., & Haider, I. (2022). Digital transformation, operational efficiency and sustainability: innovation drivers for hospitality's rebound in the United Arab Emirates. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(6), 572-578.
- Orfila-Sintes, J., Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2024). The innovative behaviour of tourism firms--Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88–106. [https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v\\_3a36\\_3ay\\_3a2007\\_3ai\\_3a1\\_3ap\\_3](https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v_3a36_3ay_3a2007_3ai_3a1_3ap_3)

- [a88-106.htm](#)Ottenbacher, M. C., & Gnoth, J. (2005). How to develop successful hospitality innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 205-222.
- Parahoo, S. K., Mumtaz, S., Ayyagari, M., Harvey, H. L., & Khazraji, M. A. (2021). Investigating actors and enablers of innovation using a service ecosystem lens: a modelling approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 24(1), 25-44.
- Rabahy, W. A. (2019). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>
- Rapacz, A., Gryszel, P., Walesiak, M., & Dudek, A. (2022). Innovative activity of restaurants operating in the largest Polish cities. *E & M Ekonomie a Management*, 25(2).
- Salleh, M. F. M., Ghazali, N. M., & Mohd, Z. (2022). Impact of knowledge management and service innovation on organizational performance: Evidence from the Malaysian hospitality industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 947526. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.947526>
- Sinkovics, N. (2016). Enhancing the foundations for theorizing through bibliometric mapping. *International Marketing Review*, 33(3), 327-350. doi:10.1108/IMR-10-2014-0341.
- Soares, J. C., Domareski Ruiz, T. C., & Ivars Baidal, J. A. (2022). Smart destinations: a new planning and management approach?. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2717-2732.
- Van Eck, N.J. & Waltman, L. (2010) Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.
- Vargas-Sánchez, A., & Durao, M. (2017). The Role of Social Networks in the Smart Tourism Destination: Application to the South Region of Portugal. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(2), 16.
- Wang, W., Cole, S. T., Chen, J. S. (2018). Tourist Innovation in Air Travel. *Journal of Travel Research*, 57(2), 164-177.
- Warren, C., Becken, S., & Coghlan, A. (2018). Sustainability-oriented Service Innovation: fourteen-year longitudinal case study of a tourist accommodation provider. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1784-1803.

- Yu, J., & Su, X. (2023). Hotel innovation in response to COVID-19: A stakeholder perception study. *Sustainability*, 15(1), 215. <https://doi.org/10.3390/su15010215>
- Zhang, W., Zhan, Y., Yin, R., & Yuan, X. (2022). The tourism eco-efficiency measurement and its influencing factors in the Yellow River Basin. *Sustainability*, 14(23), 15654.

## 4. ESTUDO 2 - ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO: O CASO DO TURISMO NO PARANÁ

### 4.1 RESUMO

O ecossistema de inovação pode ser entendido como uma rede complexa de interações entre diferentes agentes que, juntos, promovem o desenvolvimento de soluções inovadoras. Essa transformação reforça a importância das redes de fornecimento turístico, onde as organizações competem não mais de forma isolada, mas em ecossistemas integrados que incluem turistas, prestadores de serviços, agências governamentais, fornecedores de tecnologia e outros atores. A literatura de turismo reconhece a relevância de múltiplos atores nesses ecossistemas e sua complexidade, mas explora de maneira limitada as capacidades organizacionais necessárias para atuar nesse contexto. O objetivo deste estudo é mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná, analisando as ações dos *hubs*. A pesquisa utiliza uma metodologia exploratória de abordagem qualitativa, composta por 06 entrevistas, baseada em análise bibliográfica e documental se configurando em um estudo de caso. O mapeamento evidenciou a relevância de compreender as interconexões entre os participantes, bem como as capacidades organizacionais necessárias para fomentar práticas inovadoras. Este estudo contribui para a literatura ao explorar a dinâmica dos ecossistemas de inovação no turismo, oferecendo subsídios para estratégias que aumentem a competitividade e sustentabilidade do setor. O turismo, apesar de seu grande potencial, ainda não é amplamente reconhecido como um setor estratégico do turismo, diferente de outras áreas do Paraná.

**Palavras-chave:** turismo; inovação; ecossistema; *hub*; Paraná.

### 4.2 INTRODUÇÃO

A transformação digital e o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) têm sido protagonistas nas mudanças que caracterizam a chamada indústria 4.0. Essas inovações têm provocado transformações em diversos setores econômicos, incluindo o turismo, que vem sendo impactado pela digitalização de processos e pela utilização de novas ferramentas tecnológicas para melhorar a experiência dos viajantes (BUHALIS, 2003; BUHALIS; LAW, 2008; GOMES *et al.*, 2023).

Nesse contexto de crescente digitalização e inovação tecnológica, surge a necessidade de compreender como esses avanços se articulam dentro de estruturas mais amplas, como os ecossistemas de inovação. No setor do turismo, essas transformações não ocorrem de forma isolada, mas inserem-se em ambientes colaborativos onde diferentes atores interagem para impulsionar a inovação e a competitividade regional (CASSIOLATO; LASTRES, 2005). O papel dos ecossistemas de inovação é de integrar tecnologias emergentes, atores diversos e estratégias de desenvolvimento sustentável.

Os ecossistemas de inovação são redes dinâmicas interligando governo,

academia, empresas e sociedade civil. Promovem colaborações estratégicas e desenvolvimento socioeconômico (FELIZOLA; ARAGÃO; SILVA, 2023). O ecossistema no campo da gestão de tecnologia e inovação fornece um sistema de produto/serviço, uma rede social multiníveis historicamente auto-organizada ou projetada de modo gerencial, composta por atores que possuem diferentes atributos, princípios de decisão e crenças (TSUJIMOTO *et al.*, 2017).

A gestão do ecossistema começa com o mapeamento do mesmo para identificar quais atores estão dentro dele, conhecer seus interesses e identificar as inter-relações entre os atores (HILLEBRAND *et al.*, 2015). Muitas organizações tendem a focar nas relações que têm consigo mesmas, enquanto ignoram as relações que outros dentro de seu ecossistema têm entre si.

A relação entre os múltiplos atores no ecossistema de inovação é essencial para promover a colaboração, o compartilhamento de conhecimento e a co-criação de soluções (MIRI; MACKE, 2024). A literatura de turismo reconhece a importância de múltiplos atores sem especificar as capacidades organizacionais necessárias nesses contextos (HANSEN *et al.*, 2019; LIM *et al.*, 2021), e aborda principalmente capacidades relacionais relativamente gerais para operar em redes e clusters, como confiança, controle, compartilhamento de conhecimento, capacidade de absorção e aprendizado interfirmas (DENICOLAI *et al.*, 2010; WILKE *et al.*, 2019).

O conceito de ecossistema de inovação vem sendo discutido pela literatura, evidenciando interações contínuas que geram valor para as organizações e regiões (DUBINI, 1989; NELSON, 1990; DUBINI; ALDRICH, 1991; NELSON, 1993; ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1995; MOORE 1996; CORNET; STONER, 1997; ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1998; CHESBROUGH, 2003; MOORE, 2006; CHESBROUGH; APPLEYARD, 2007; CARAYANNIS; CAMPBELL, 2009; 2010; ISENBERG, 2010; CARAYANNIS, CAMPBELL, 2011; ISENBERG, 2011; CARAYANNIS; BARTH; CAMPBELL, 2012; RANGA; ETZKOWITZ, 2013; ETZKOWITZ, 2013; YEGOROV; RANGA, 2014; CARAYANNIS; RAKHMATULLIN, 2014; ISENBERG, 2014; REHMAN, 2016; ISENBERG, 2016; ROUNDY; BRADSHAW; BROCKMAN, 2018; FELIZOLA; ARAGÃO; SILVA, 2023).

Poucas pesquisas têm enfatizado o ecossistema de inovação no setor turístico. Alguns estudos abordaram a importância do ecossistema como uma unidade de análise para melhor compreender o comportamento de redes dinâmicas, como o turismo (BLASI; SEDITA, 2020), uma análise em hotelaria 4.0 (GOMES *et al.*, 2023), eventos de inovação (DA LUZ *et al.*, 2024), e a crescente discussão da importância da governança corporativa (LEYDESDORFF, 2012; JANSEN; CUSUMANO, 2013; AUDRETSCH *et al.*, 2019; AUDRETSCH; LINK, 2019).

Nos últimos anos, pesquisadores têm aprofundado os estudos sobre ecossistemas de inovação, compreendendo-os como ambientes dinâmicos compostos por múltiplos atores que interagem para co-criar valor e promover a inovação. Bogers, Zobel e Chesbrough (2024) exploram uma perspectiva evolutiva desses ecossistemas, destacando a interdependência entre empresas, universidades e governos em redes colaborativas voltadas à inovação aberta. Granstrand e Holgersson (2023), por sua vez, propuseram uma nova taxonomia para os ecossistemas de inovação, considerando fatores como complementaridade tecnológica e a centralidade de empresas líderes nos processos de inovação. Complementando essa discussão, Ritala e Gustafsson (2023) enfatizam os papéis distintos dos atores e a importância de mecanismos de governança eficazes e de compartilhamento de valor para a sustentabilidade dos ecossistemas.

O ecossistema de inovação do Paraná caracteriza-se por uma rede estruturada de instituições acadêmicas, empresas, *startups*, órgãos governamentais e entidades do terceiro setor que promovem a pesquisa, o desenvolvimento tecnológico e a criação de soluções inovadoras. O estado conta com um ambiente favorável à inovação, impulsionado por universidades, parques tecnológicos, aceleradoras e incubadoras que fomentam o empreendedorismo e a colaboração entre diferentes atores. Dessa forma, o objetivo deste estudo é mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná, analisando as ações dos *hubs*. Assim, o mapeamento de ecossistemas de inovação é fundamental para identificar os atores-chave e suas interações, permitindo uma visão sistêmica e estratégica do ambiente inovador. Esse mapeamento apoia a formulação de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento mais assertivas, estimulando parcerias e sinergias entre setores diversos (BOGERS *et al.*, 2024). Além disso, oferece subsídios para o monitoramento do desempenho do ecossistema, antecipando

gargalos e orientando investimentos (GRANSTRAND; HOLGERSSON, 2023). Como apontam Ritala e Gustafsson (2023), compreender a estrutura relacional e os fluxos de conhecimento entre os participantes é essencial para fomentar a inovação de forma contínua e coordenada.

A partir desta introdução, este estudo está organizado em mais cinco seções: A fundamentação teórica, na sequência a metodologia, depois os resultados juntamente com sua discussão; e finalmente as considerações finais e referências.

### **4.3 ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO NO TURISMO**

A busca pela inovação nas organizações têm sido um dos fatores-chave da competitividade e crescimento nos diferentes mercados. Os principais fundamentos desse crescente movimento estão situados, não exaustivamente, nos conceitos de sistema nacional de inovação (NELSON, 1993), tripla hélice (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 2000), e inovação aberta (CHESBROUGH, 2003). O estabelecimento de parcerias mostra-se vantajoso tanto para acelerar a inovação (ADNER; KAPOOR, 2010) quanto para reduzir o risco de fracasso (ADNER, 2006).

A inovação é vista como fundamental para a competitividade e sustentabilidade do turismo em um mercado em constante transformação. Conceitos como destinos turísticos inteligentes, turismo de experiência e economia compartilhada estão no centro das discussões sobre inovação no setor (MORAIS, 2020).

Um ecossistema de inovação é o conjunto evolutivo de atores, atividades e artefatos (produtos e/ou serviços), e de instituições e relações, incluindo relações complementares, que visam colaboração, e substitutas — que visam competição, que são importantes para o desempenho inovador de um ator ou de uma população de atores. (NUNES; STEINBRUCH, 2024) Ecossistema pode ser definido como a estrutura de alinhamento do conjunto multilateral de parceiros que precisam interagir para que uma proposta de valor local se materialize (ADNER, 2017). Um ecossistema de inovação se configura no “espaço que agrega infraestrutura e arranjos institucionais e culturais, que atraem empreendedores e recursos financeiros e constituem lugares que potencializam o desenvolvimento da sociedade do conhecimento” (MCTI, 2019).

O ecossistema de inovação é composto por fatores organizacionais além dos

aspectos científicos, tecnológicos e econômicos, incluindo fatores culturais, sociais e organizacionais que impactam a complexidade relacional do desenvolvimento do ecossistema (FIGUEIREDO; VALENTE, 2024). Ecossistema de inovação representa uma teia complexa de atores interdependentes, que se relacionam para criar valor comercial, assim, os ecossistemas de inovação podem fornecer acesso a recursos, como financiamento, educação e treinamento. Isso pode ajudar as pessoas a iniciar e crescer seus negócios turísticos. Terceiro, os ecossistemas de inovação podem ajudar a criar uma cultura de inovação (D'AURIA *et al.*, 2016).

A natureza interdependente dos ecossistemas implica que o sucesso da gestão de um ecossistema por um ator depende fortemente da capacidade e disposição de outros atores do ecossistema para cooperar. Essa característica tem sido amplamente reconhecida pela literatura sobre turismo (TIMUR; GETZ, 2009; HANSEN *et al.*, 2019; ROXAS *et al.*, 2020).

Ao envolver os atores do ecossistema, uma organização os empodera, permitindo-lhes participar das decisões relacionadas ao produto turístico (HILLEBRAND *et al.*, 2015). Como o ecossistema de inovação no turismo refere-se ao conjunto de atores, recursos e processos que, de forma colaborativa, impulsionam o desenvolvimento de soluções inovadoras para o setor e é composto por empresas de tecnologia, *startups*, governos, instituições acadêmicas, associações de classe, entidades do terceiro setor e turistas. O ecossistema de inovação é o conjunto evolutivo de atores, atividades e artefatos (produtos e/ou serviços), e de instituições e relações [...] importantes para o desempenho inovador” (MCTI, 2024).

As organizações que buscam integrar os atores do ecossistema em suas iniciativas voltadas para a criação de um turismo sustentável, evidenciam os sistemas gerenciais, como a participação desses atores em conselhos ou comitês (JAMAL; GETZ, 1999). Além disso, organizações de turismo podem se beneficiar de sistemas técnicos que favorecem o engajamento dos atores do ecossistema, como programas de capacitação comunitária, concursos de ideias e programas educacionais, os quais auxiliam os atores a compreender o problema em questão e tomar decisões bem fundamentadas. Assim, nos ecossistemas de inovação, as organizações concorrentes muitas vezes têm a obrigação de colaborar umas com as outras em grandes fóruns para desenvolver os padrões técnicos que permitem a

interoperabilidade entre seus produtos (RANGANATHAN; GHOSH; ROSENKOPF, 2018).

Os ecossistemas de turismo inteligente são sistemas compostos por atores (usuários considerados tanto como clientes quanto como cidadãos, outras empresas do mesmo setor, empresas de outros setores, sistemas de transporte e infraestrutura, governo local, associações) que integram recursos tangíveis e intangíveis simultaneamente. Esses sistemas operam: Utilizando tecnologias e instituições pré-existentes como meios para a co-criação de valor bem-sucedida no curto prazo e ou criando novas tecnologias (inovação) ou instituições (práticas, regras sociais, valores...) longo prazo (POLESE *et al.*, 2018).

O ecossistema de inovação no turismo representa um fator estratégico para o desenvolvimento sustentável e competitivo dos destinos turísticos. A contínua articulação entre os atores do ecossistema e a adoção de novas tecnologias são essenciais para consolidar o estado como um destino turístico inovador, sustentável e alinhado às demandas do mercado global. Nesse contexto, o turismo não pode mais ser compreendido como um setor isolado, mas sim como parte de uma rede estratégica que integra saberes, recursos e práticas inovadoras voltadas à criação de valor para os territórios e para os visitantes.

#### **4.4 METODOLOGIA**

A pesquisa utiliza uma metodologia exploratória de abordagem qualitativa, com a realização de 06 entrevistas em profundidade, baseada em análise bibliográfica e documental se configurando em um estudo de caso.

Dada a escassez de estudos consolidados na área, esta pesquisa classifica-se como exploratória, com o propósito de ampliar o conhecimento e contribuir para a construção de uma base teórica e prática sobre inovação no turismo. A pesquisa apoiou o levantamento de dados sobre o Paraná disponibilizados por instituições (SEI, 2024; SETU, 2024; INOVA PARANÁ, 2024; IPARDES, 2024; SEBRAE, 2024). Segundo Silva e Souza (2023), a pesquisa documental permite explorar e analisar informações contidas em fontes secundárias de forma sistemática, o que é fundamental para temas ainda pouco investigados.

Para o mapeamento dos ecossistemas de inovação no Paraná, foi realizado

um estudo de caso. É um modo de se investigar um fenômeno empírico seguindo um conjunto de procedimentos pré-especificados e que pode ser utilizado, especialmente, com as seguintes finalidades (YIN, 2001, p.34-35). O estudo de caso não busca a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos (YIN, 2015). Portanto, apresenta-se o estudo de caso numa perspectiva de raciocínio dedutiva.

Neste estudo, considerou-se a entrevista uma técnica de coleta de dados (DUARTE, 2004; GIL, 2008), devido à necessidade de planejamento detalhado. As entrevistas semiestruturadas (Apêndice I), amplamente utilizadas, combinam perguntas abertas e fechadas, permitindo ao informante discorrer sobre o tema enquanto o pesquisador segue um roteiro pré-definido, intervindo para clarificar ou aprofundar questões (SEIDMAN, 2013; MANZINI, 2004; LEITÃO; PRATES, 2017). As entrevistas foram online e ocorreram de dezembro de 2024 à janeiro de 2025, foram gravadas e transcritas na íntegra para análise e triangulação dos resultados, e a identidade dos entrevistados foi preservada e categorizada de acordo com o Quadro 1. A análise cruzada das entrevistas semiestruturadas com o referencial teórico possibilitou a triangulação que colabora na confiabilidade do estudo (NUNES *et al.*, 2020).

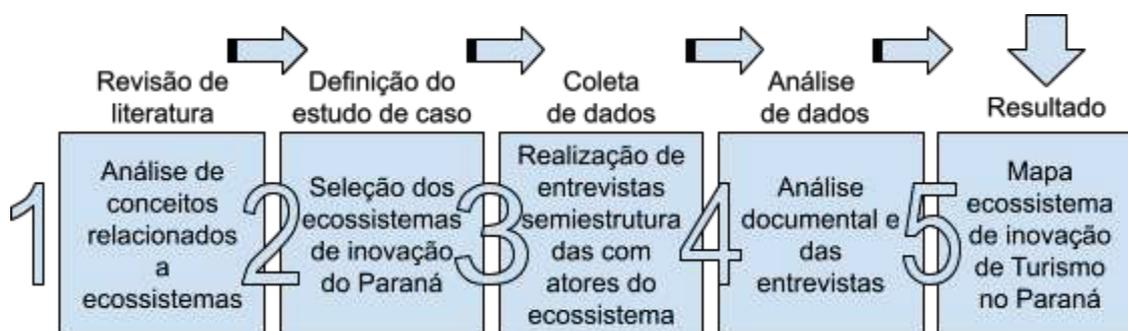
Quadro 3: **Categorização da Amostra**

<b>Classificação</b>	<b>Gênero</b> M-Masculino F-Feminino	<b>Nível Cargo</b> P-Presidente D-Diretor G-Gerente	<b>Setor</b> IT - Inovação e Tecnologia AIT - Administração, Inovação e Tecnologia T - Turismo	<b>Organização</b> P-Público PV-Privado EM-Economia Mista
Entrevistado #1	M	G	IT	Economia Mista
Entrevistado #2	M	G	AIT	Privado
Entrevistado #3	F	D	T	Privado
Entrevistado #4	F, M	P	T	Público
Entrevistado #5	M	D	T	Economia Mista
Entrevistado #6	M	P	T	Privado

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

As entrevistas foram realizadas com entidades relacionadas com o turismo e com o ecossistema de inovação do Paraná, procurando assim, obter respostas que possam sustentar a temática principal deste estudo. Neste sentido, as perguntas procuraram corresponder ao objetivo de estudo e também à fundamentação dos gestores junto ao próprio ecossistema de inovação. Para Dos Reis *et al.* (2019), o processo de triangulação é aplicado para validar e confrontar os dados coletados.

Figura 4: **Resumo dos Procedimentos Metodológicos**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

## 4.5 RESULTADOS

O ecossistema de inovação do Paraná reflete um ambiente dinâmico e crescente, impulsionado por políticas públicas e iniciativas colaborativas entre governo, setor privado, universidades e *startups*. A criação de *hubs* de inovação em diversas regiões do estado, como o Vale do Pinhão em Curitiba e Itaipu Parquetec em Foz do Iguaçu, o Biopark em Toledo, evidencia o fomento à inovação e o empreendedorismo em setores estratégicos como biotecnologia, agronegócio, saúde, tecnologia e turismo (IPARDES, 2024; IBGE, 2024; SEBRAE, 2024; SEI, 2024).

No Paraná, há 18 regiões turísticas com Instâncias de Governança Regional reconhecidas. Nestas regiões turísticas a Secretaria de Inovação mapeou 188 ambientes de inovação. Dentre eles, muitos possuem ações relacionadas ao turismo, como na regional Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu. Destacam-se o Itaipu Parquetec e o Biopark, ambos parques tecnológicos focados em diversas áreas de inovação. Entretanto, apenas o Itaipu Parquetec possui *startups* incubadas e ações estruturadas voltadas especificamente para o setor de

turismo.

Das 1.758 *startups* identificadas no Paraná, 1.155 estão formalizadas, refletindo progresso e esforço contínuo no fortalecimento de negócios. Segundo o Sebrae/PR, 454 *startups* estão na região de Curitiba, sendo 430 formalizadas e 24 informais. A maioria atua em saúde, tecnologia, educação, fintechs e construção, com turismo inserido na categoria "outros" (SEBRAE, 2024). A categoria "Outros" lidera em porcentagem de *startups* no Paraná, com destaque para 27,27% na região Sul e 17,65% no Oeste. Embora Curitiba tenha iniciativas como Curitiba Destino Inteligente, apenas 5,18% das *startups* locais atuam em turismo, evidenciando um potencial ainda subaproveitado no setor. De uma forma geral, há uma unanimidade nas respostas, pois todos os entrevistados reconhecem que o turismo é escasso no ecossistema de inovação no Paraná.

#6/M/P/T/PRIV: No Paraná a inovação é presente e muito visível em diversos setores, como o agronegócio e como no setor de serviços, porém, no turismo ainda não é protagonista.

#3/F/P/T/PV: Existe dificuldade no setor de turismo, especificamente na áreas das *startups*, por sermos uma entidade privada, sem fins lucrativos mas que gera negócios e impacto econômico em seus associados, não conseguimos ainda vender a ideia de que as soluções de inovação às quais integramos tragam melhora financeira ou de resultado que gerem receita imediata. Portanto, não são prioridade, e assim, são tratadas de forma secundária na lista.

Os *hubs* de inovação integram e estimulam a interação entre diversos atores de um ecossistema de inovação como *startups*, empresas, instituições de ensino e pesquisa, além de investidores, inseridos no ecossistema de inovação, com a finalidade de gerar desenvolvimento econômico e social, a partir do conhecimento (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017). Para Ribeiro, Andrade e Zambalde (2015), o objetivo das incubadoras tecnológicas é dar suporte a pequenas e microempresas de base tecnológica que busquem a diversificação e a revitalização econômica, agregando valor aos seus produtos, viabilizando a interação com centros de ensino e pesquisa, para que a região beneficiada tenha maior produtividade e seja mais competitiva no mercado.

Dessa forma, muitos *hubs* de inovação são focados em áreas diversas, como a inovação tecnológica também desempenha um papel fundamental na sustentabilidade do turismo, integrando soluções inteligentes para reduzir impactos ambientais. Segundo Buhalis, O'Connor e Leung (2023), a adoção de inteligência

artificial, *big data* e IoT permite otimizar a eficiência energética, gerenciar melhor os recursos e implementar práticas sustentáveis na hotelaria, promovendo destinos mais resilientes e ambientalmente responsáveis, o que corrobora com algumas falas.

#6/M/P/T/PRIV: A inovação tem essa correlação com tecnologia e com a área de finanças mas também com a sustentabilidade, pois hoje a inovação no turismo pode ocorrer na empresa por meio da sustentabilidade. No turismo pode estar em práticas que minimizem os impactos negativos da atividade turística, ao mesmo tempo em que criam experiências autênticas e responsáveis para os visitantes, melhorando o próprio atendimento.

#3/F/P/T/PV: Para nossa instituição, acredito que hoje não haja essa correlação bem definida em relação à sustentabilidade, mas buscamos parcerias com organismos fora do turismo, para fomentar negócios diversificados para a cidade e nossos associados.

A relação entre inovação e sustentabilidade no turismo é complexa, porém essencial para o desenvolvimento de destinos turísticos competitivos e responsáveis. As falas reforçam que a sustentabilidade e a inovação ainda precisam desenvolver caminhos mais claros para que seja implementada.

A Agência Curitiba, criada em 2007, promove inovação e desenvolvimento econômico via parcerias público-privadas. Responsável pelo Vale do Pinhão, Invest Curitiba e programas como Bom Negócio, enfrentou limitações entre 2013-2017, quando o Curitiba Tecnoparque foi suspenso por falta de conselho deliberativo, impactando políticas públicas de inovação no município. Silva (2012) e Carvalho *et al.* (2020) abordam a importância da participação dos diversos atores na governança dos ecossistemas de inovação. Da Silva & Amaral (2023) reiteram que os instrumentos de governança servem tanto para garantir o sigilo de novas criações quanto para viabilizar sua execução, possibilitando a inovação e garantindo a segurança nas relações entre os atores do ecossistema de inovação.

#1/ M/G/IT/EM:... A agência Curitiba tem como sócios a Prefeitura Municipal de Curitiba, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), a Federação do Comércio do Estado do Paraná (Fecomércio) e a Federação das Associações Comerciais e Empresariais (Faciap). Quando se fala de quais são os atores de ecossistema turístico eles transitam em todas as esferas (municipais e estadual). Todas essas instituições são importantes para fomentar a inovação, independente da área, assim como o município, o Instituto Municipal de Curitiba com a Escola de Turismo desenvolve e capacita o turismo na cidade, e também o Projeto Destino Turístico Inteligente - DTI que desenvolve ações e soluções inovadoras para o destino.

No Paraná, *hubs* de inovação oferecem pré-incubação, incubação e aceleração. Segundo a ANPROTEC (2020), empresas incubadas recebem suporte

em gestão, tecnologia e mercado, enquanto empresas graduadas, após o processo de incubação, desenvolvem-se autonomamente, destacando a diversidade e importância desse modelo no ecossistema de inovação brasileiro. Quando essas empresas se tornam independentes, inicia-se o chamado período de pós-incubação, que fará com que passem a se denominar “empresas graduadas” (OCAMPO; IACONO; LEANDRO, 2019).

#6/M/P/T/PV: ...o setor de turismo, por ser extremamente abrangente, integra diversos segmentos de atividades econômicas, como hospedagem, transporte, alimentação, lazer, eventos, entre outros. Cada um desses segmentos possui suas próprias características, objetivos, e demandas, o que pode gerar interesses distintos, mesmo dentro do mesmo setor, por isso há dificuldade de fortalecer o setor como um todo e há conflitos de interesse e necessidade de outras áreas para fortalecimento e potencialização do setor. Os *hubs* e ecossistema fazem isso, podem ser essa ponte.

As verticais de Customer Service (Serviço ao cliente) e IT & Comm (Tecnologia de informação e Comunicação) indicam uma ênfase em melhorar a infraestrutura de suporte e a digitalização, enquanto EduTech (Educação) e ADTech & Martech (Marketing Digital e Anúncio) refletem a digitalização das práticas comerciais e educacionais. RetailTech (Varejo), FinTech & InsurTech (Finanças e Seguros) e FoodTech (Alimentício) revelam um compromisso com a evolução da experiência do consumidor e com a sustentabilidade. Em conjunto, estas verticais evidenciam um ecossistema de *startups* diversificado e dinâmico, pronto para abordar os desafios atuais e futuros com soluções inovadoras e tecnologicamente avançadas, mas infelizmente ainda não é o suficiente para a área de turismo. Apesar de possuir 1.758 *startups*, apenas 5,18% atuam no turismo, destacando oportunidades para o setor (SEBRAE, 2024).

Curitiba possui sete principais *hubs* de inovação, mas somente três possuem projetos diretamente ligados ao turismo: Hotmilk, Vale do Pinhão e Icities. Outros *hubs* têm foco em serviços relacionados ao turismo, mas não de forma específica, indicando oportunidades para ampliar iniciativas voltadas. O Paraná apresenta ecossistemas regionais de inovação variados: Iguassu Valley no Oeste, Agrovalley e Redfoot no Norte, e Hub Connect Health Tech no Noroeste. Essas iniciativas abrangem setores diversificados, com destaque para agropecuária, saúde e *startups*, evidenciando o potencial de inovação em diferentes regiões do Estado.

Quadro 4: **Hubs de inovação com ações para turismo**

Hub de Inovação	Ação/Segmento	Local
-----------------	---------------	-------

Hotmilk	Hospeda Eventos	Curitiba
MindHub	Serviços	Curitiba
Habitat Senai	Serviços	Curitiba
Hipe Hub	Serviços	Curitiba
Pinhão Hub	Destinos Turísticos Inteligentes - DTI	Curitiba
Tecpar	Serviços	Curitiba
Icities	Destinos Turísticos Inteligentes - DTI	Curitiba
Itaipu Parquetec	Turismo e DTI	Foz do Iguaçu
ExoHub	Serviços	Foz do Iguaçu
UniHub	Serviços, Tecnologia	Foz do Iguaçu
Acic Labs	Serviços	Cascavel
Biopark	Agro e Serviços	Toledo
Itecpb	Serviços	Pato Branco
Biopark	Agro e Serviços	Toledo
Aceleradora Go Agritech	Agro e Serviços	Londrina
Founder Institute	Serviços	Londrina
Centro de Inovação Maringá	Serviços e Gestão	Maringá
Incubadora Tecnológica Maringá	Serviços	Maringá
Fundação Educere	Educação e Serviços	Campo Mourão
Ineti	Serviços	Irati

Fonte: Elaboração própria baseado nas informações da SEI, 2025.

O Quadro 4 lista 20 *hubs* de inovação no Paraná, destacando áreas e localizações. Curitiba lidera com *hubs* como *MindHub* e Habitat Senai, além do Pinhão Hub, voltado para destinos turísticos inteligentes. Foz do Iguaçu se destaca com *hubs* ligados ao turismo. Outras cidades, como Pato Branco, Maringá, Cascavel e Londrina, também refletem a força e diversidade do ecossistema estadual (SEI, 2024).

Mapear os ecossistemas de inovação no Paraná é importante para o avanço da inovação colaborativa na região. Este mapeamento permite identificar e compreender as interações entre diversos atores, como *startups*, empresas

estabelecidas, universidades, centros de pesquisa e órgãos governamentais, que compõem o ecossistema de inovação (Figura 05).

Figura 5: Mapa do Paraná com os *hubs* selecionado por região



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Apesar de iniciativas como os mapeamentos realizados pela Secretaria da Inovação e pelo SEBRAE e por outras instituições, ainda não existe um mapeamento específico do ecossistema de inovação voltado para o turismo ou do setor turístico. Essa ausência evidencia uma lacuna na atuação dos *hubs* e atores relacionados ao setor turístico. Algumas falas dos entrevistados fortalecem a importância de estudos de mapeamento e monitoramento do ecossistema de inovação.

#2/M/G/ATI/PV: Existe um mapeamento realizado pelo SEBRAE no Paraná. Neste mapeamento tem de 30 a 35 municípios mapeados, e existe um monitoramento em todos os ambientes de inovação, com todas as verticais, sendo desde saúde, educação, agronegócio e também se tem nesses ambientes o turismo. Outro exemplo é um projeto que o sistema local de inovação que o Paraná participa, sendo o da região oeste o mais fixo em relação aos ambientes.

#4/F,M/P/T/P: Ano passado a cidade de Foz do Iguaçu recebeu o título de Destino Turístico Inteligente Emergente pelo Ministério do Turismo, sendo inserido no mapeamento para o Mapa no Turismo e Inovação do Ministério do Turismo. Estas ações são importantes para fomentar a inovação.

A inovação no setor turístico surge por meio de um processo colaborativo entre esses dois ambientes. Esse processo leva à implementação de práticas inovadoras, mostrando a importância da colaboração entre diferentes atores para promover a inovação no setor.

#6/M/P/T/PRIV: Quando falamos sobre turismo, estamos tratando de um setor que é, por necessidade, colaborativo e competitivo ao mesmo tempo. E isso é algo maravilhoso, porque tanto os concorrentes quanto os parceiros têm um papel fundamental no setor. A concorrência e as parcerias dão aquela visibilidade e consequência de que o turismo não é construído sozinho. É importante que a gente enxergue os concorrentes e parceiros não como opostos, mas como complementos de um ecossistema que se fortalece quando colaboramos e aprendemos uns com os outros.

#3/F/P/T/PRIV: As parcerias dos associados e stakeholders fortalecem o turismo, unindo esforços para criar experiências inovadoras e transformadoras, impulsionando o crescimento do setor e promovendo o destino.

#2/M/G/ATI/PRIV: As parcerias do Sebrae no turismo impulsionam inovação, qualificam empreendedores e fortalecem negócios, criando um ecossistema competitivo que transforma destinos e valoriza experiências únicas para os turistas.

As Políticas públicas, como a Lei de Inovação (Lei nº 20.541/2021), fortalecem setores estratégicos, promovendo colaboração entre governo, empresas e academia. Destaque para biotecnologia, agronegócio, saúde, tecnologia e turismo, refletindo o compromisso com o desenvolvimento sustentável e o empreendedorismo. Diversas falas evidenciaram as parcerias entre os atores e stakeholders para potencializar ações em conjunto.

#2/M/G/ATI/PV: Atuamos no sistema regional de inovação, que envolve atores de fomento, atores institucionais, atores empresariais governamentais, acadêmico e científico... todas as ações são em colaboração e parceria, projeto atual por exemplo está sendo junto com o parque tecnológico, a gente está atuando junto com a institutos, junto com todos esses outros atores, é, então tem universidades, então as ações. A gente sempre procura os parceiros estratégicos para que a gente tenha sucesso nos programas e ações.

#3/F/P/T/PV: Fazemos parte de um Ecossistema de Destinos Inteligentes onde integram-se poder público, sistema S, IES e empresas. Temos um termo de parceria com esse Ecossistema, onde temos deveres e tarefas a cumprir, outra forma é através de convênios e incentivos a ações inovadoras para o turismo da cidade como por exemplo o projeto Inovatur e o projeto de Lei da Deputada Estadual Maria Vitória que prevê a oficialização de Rotas de Turismo através dos Parques Tecnológicos do Paraná.

#4/F,M/P/T/P: Para o setor existe uma parceria com Associações, Institutos e Sindicatos do setor, Agências de Desenvolvimento, Universidades, Receita Federal, Câmara de Vereadores, Atrativos Turísticos, Forças de Segurança, e etc. Secretarias Municipais: Secretaria de Turismo, Secretaria do Meio Ambiente, Secretaria de Planejamento, Secretaria de Tecnologia e Inovação, Secretaria de Planejamento, Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Órgãos institucionais da Região Trinacional: CODEFOZ,

CODETRI, Secretaria de Turismo de Puerto Iguazu, Secretaria de Turismo de Ciudad Del Este, e etc.

#5/M/D/TI/PV: Nossa participação na Gestão Integrada do Turismo, uma iniciativa que une esforços do poder público e da iniciativa privada, reforça o compromisso de promover o destino tanto nacional quanto internacionalmente. Essa união é essencial para integrar a oferta turística, assegurar uma experiência diversificada e completa para os visitantes, além de fortalecer pilares como turismo sustentável, inovação e o desenvolvimento econômico.

#6/M/P/T/PRIV: É importante que as colaborações e parcerias existem, para eventos existem, porque não para potencializar o setor? O setor de turismo apesar de ser diverso ele tem muitas parcerias para que aconteça ele, e a inovação nele também, não tem como falar de turismo potencializado sem parcerias com tecnologias e sustentabilidade por exemplo. Existe a Abeoc, Abih, Secretarias, Universidades, Fecomércio, Sebrae e outras instituições.

Entretanto, o setor de turismo ainda enfrenta desafios para se integrar completamente ao ecossistema de inovação, apesar das iniciativas emergentes como o Ecossistema Curitiba Destino Inteligente e o projeto Inovatour. Sobre estas iniciativas diversas falas foram correspondentes e que revelam um apoio mútuo nas ações do projeto.

#1/M/G/IT/EM: O Projeto Destino Turístico Inteligente - DTI tem um ecossistema próprio que a Prefeitura de Curitiba gerencia com apoio do Sebrae. No Vale do Pinhão existe o grupo de trabalho do DTI, e várias empresas participam de outras áreas. Existe um gargalo no setor turístico dentro do Vale do Pinhão e isso é importante para potencializar iniciativas no turismo.

#3/F/P/T/PV: Fazemos parte do Ecossistema de DTI de Curitiba e temos contribuído com a promoção de algumas ações e práticas dos demais parceiros envolvidos.

#4/F,M/P/T/P: A partir do projeto de DTI - Destino Turísticos Inteligentes, estamos trabalhando em parceria com o Conselho Municipal de Tecnologia, além do SEBRAE e demais instituições voluntárias do setor de turismo. A tecnologia é fundamental para aprimorar a eficiência administrativa, fortalecer a comunicação mais ágil interna e entre os membros do Conselho e ainda aumentar a transparência nas decisões e ações da organização. Algumas plataformas digitais facilitam o gerenciamento de pautas, atas de reuniões e documentos oficiais, garantindo acessibilidade e organização; as ferramentas online, como reuniões virtuais, ampliam a participação de representantes e parceiros e facilitam a rotina da diretoria; e o uso de redes sociais é essencial para divulgar as nossas ações, atrair atenção para temas prioritários e engajar o trade. O turismo se beneficia com agilidade na inovação e na tecnologia.

#5/M/D/TI/PV: Consideramos o SmartCTI essencial para nos mantermos competitivos. É importante o DTI para o turismo. Como um ambiente de testagem e validação de tecnologias, o SmartCTI representa um marco na transformação do setor turístico, integrando inovação e sustentabilidade. Ele coloca à disposição toda a infraestrutura do Complexo Turístico Itaipu para experimentação, permitindo testar, validar e escalar soluções com potencial de transformar a experiência do visitante. Mais do que um espaço para inovação, o SmartCTI é uma plataforma estratégica para moldar o futuro do turismo.

A participação ainda tímida das *startups* de turismo nos *hubs* de inovação destaca a necessidade de políticas mais direcionadas e articulações eficazes que promovam a inovação nesse setor. O mapeamento das interações entre os diversos atores envolvidos é essencial para identificar lacunas e oportunidades, visando fortalecer a posição do turismo no contexto inovador do estado. Com o estudo de caso e o resultado das 6 entrevistas foram identificadas 5 dimensões (colaboração e parcerias, inovação, inovação em processos, inovação organizacional, inovação em marketing), (ORFILA-SINTES *et al.*, 2007; PIKKEMAAT & WEIERMAIR, 2007; HJALAGER, 2010; PIVČEVIĆ, PRANIČEVIĆ, 2012) que serão exploradas no estudo 3.

#### **4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2021), as *startups* do setor turístico desempenham um papel crucial na inovação, oferecendo soluções tecnológicas que atendem às demandas emergentes do mercado. A diversificação e expansão contínua desses ecossistemas são cruciais para o desenvolvimento econômico e social sustentável do Paraná. A presença dessas empresas é um indicador da maturidade dos ecossistemas de inovação em turismo e revela as tendências tecnológicas com maior potencial de crescimento. Apesar do Paraná possuir um ecossistema de inovação consolidado, com uma distribuição geográfica diversificada de ambientes de inovação (SEBRAE, 2023), o turismo está inserido na categoria "outros", o que evidencia que as iniciativas são escassas no setor.

O avanço contínuo do ecossistema de inovação no Paraná demonstra o potencial do Estado em se tornar um polo de inovação no Brasil e indica um esforço para promover o desenvolvimento regional e democratizar o acesso à inovação. Regiões como Curitiba, Oeste Paranaense e Londrina destacam-se por possuírem *hubs* de inovação robustos e uma rede de apoio consolidada, o que facilita o crescimento de *startups* e o desenvolvimento de novos negócios, porém em outras áreas.

No entanto, é fundamental superar os desafios existentes para garantir que o turismo seja um setor prioritário dentro desse ecossistema. A inclusão do turismo como foco principal das ações de inovação é essencial para aproveitar todo o potencial do setor e impulsionar o desenvolvimento econômico do Estado. A

disparidade no desenvolvimento regional e a falta de um detalhamento das interações no ecossistema turístico exigem estratégias de governança inclusiva e desenvolvimento regional.

O Paraná, reconhecido internacionalmente por sua inovação, possui um ecossistema promissor para o turismo, o que foi evidenciado por todos os entrevistados e confirmado pelos documentos analisados. A presença de *startups* e a iniciativa de destinos turísticos inteligentes são exemplos que demonstram o potencial de integrar turismo e inovação. No entanto, apesar de avanços, o setor turístico ainda carece de políticas específicas e maior priorização dentro do ecossistema de inovação.

Os resultados da pesquisa, obtidos por meio do mapeamento, análise dos *hubs* de inovação e das entrevistas com gestores, evidenciam um consenso quanto à natureza colaborativa do ecossistema de inovação para a prática do turismo. Embora a pesquisa tenha identificado uma lacuna na integração do turismo nesse contexto, os atores consultados demonstram um entendimento claro da importância da cooperação entre os diferentes atores para o desenvolvimento de práticas inovadoras no setor.

A compreensão mais detalhada das interações entre os atores deste segmento devido ao número reduzido de entrevistados (seis) e a predominância de iniciativas voltadas para outras áreas estratégicas como agronegócio, saúde e tecnologia evidenciam uma escassez de dados específicos sobre turismo e inovação. Por conta disso restringiu a possibilidade de generalização dos resultados, conferindo à pesquisa um caráter exploratório, cuja finalidade está centrada na compreensão inicial do fenômeno e na abertura de caminhos para estudos futuros mais abrangentes.

Como contribuição teórica, este estudo avança ao ampliar o debate sobre o ecossistema de inovação no setor turístico, destacando suas características, desafios e oportunidades no contexto do Paraná. Adicionalmente, oferece uma perspectiva sobre como a integração entre stakeholders pode fomentar práticas inovadoras e consolidar o turismo como um setor estratégico. No âmbito prático, o estudo evidencia a importância do processo colaborativo no ecossistema de inovação, demonstrando como essas interações promovem iniciativas criativas e sustentáveis. Esses insights podem direcionar a formulação de projetos e auxiliar

gestores do setor turístico na tomada de decisões mais alinhadas às demandas contemporâneas. Pesquisas futuras podem explorar modelos de integração e tecnologias digitais para consolidar o turismo como um setor estratégico no Paraná, aproveitando o potencial dos ambientes de inovação existentes em outras áreas.

#### 4.7 REFERÊNCIAS

- Adner, R. (2017). The wide lens: What successful innovators see that others miss. *Portfolio*.
- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic Management Journal*, 31(3), 306-333.
- Audretsch, D. B.; Link, A. N. (2019). Sources of knowledge and entrepreneurial behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 249-256.
- Audretsch, D. B., et al. (2019). The role of public policy in the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 53, 419-428.
- Bathlélt, H.; Malmberg, A.; Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: Local buzz, global pipelines and the process of innovation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Bieger, T.; Walter, P.; Thiessen, S. (2007). Jet age tourism. *Tourism Review*, 62(1), 52-63.
- Blasi, V.; Sedita, S. (2020). Analyzing the role of ecosystems in dynamic tourism networks. *Annals of Tourism Research*, 83, 102921.
- Bogers, M., Sims, C., & West, J. (2019). Innovation ecosystems. *Industrial and Corporate Change*, 28(6), 1145-1174.
- Brasil, Congresso Nacional. (2004). *Lei da Inovação*.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.
- Bulc, V. (2011). Innovation ecosystem and tourism. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 1(1), 27-34.
- Campos, J. A. (2022). *Inovação no desenvolvimento econômico e social: Teoria e prática*.
- Cassiolato, J. E.; Lastres, H. M. M. *Sistemas de inovação e desenvolvimento: evidências do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

- Carayannis, E.; Rakhmatullin, R. (2014). The quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialisation strategies for sustainable and inclusive growth in Europe and beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212-239.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M. (1995). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Coe, N. M.; Bunnell, T. G. (2003). 'Spatializing' knowledge communities: Towards a theoretical framework. *Progress in Human Geography*, 27(4), 490-511.
- D'Uría, S.; Scott, A.; Baird, T. (2016). Innovation ecosystems and value creation in tourism. *Tourism Economics*, 22(3), 536-554.
- Denicolai, S.; Zandoni, S. & Graziano, M. (2010). Knowledge and innovation in tourism networks: The role of absorptive capacity. *Tourism Management*, 31(4), 413-425.
- Doring, T., & Schnellenbach, J. (2006). Innovation and regional development: Theories and empirical evidence. *Regional Studies*, 40(4), 439-456.
- El Khwesky, T., & El Khwesky, A. (2022). IoT and the hospitality industry: Innovations and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(2), 215-229.
- El, R., Van der Klauw, S., & Kamerling, J. (2020). Sustainable tourism through collaborative innovation. *Tourism Management*, 81, 104-114.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and "Mode 2" to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Felizola, M. P. M., Aragão, I. M. de, & Silva, A. L. S. (2024). A articulação dos atores do ecossistema paranaense de inovação. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 18(1), 41-58.
- Freeman, C. (1979). *The economics of industrial innovation*. Penguin Books.
- Gartner, W. B., & Drucker, P. F. (1987). *Innovation and entrepreneurship by Peter F. Drucker*. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172-175.
- Goddin, B. (2006). The invention of innovation: A conceptual history of technical change. *History of Science*, 44(1), 43-67.
- Gomes, P., Dubar, E., & Paulo, M. (2023). Hotel 4.0: The impact of the fourth industrial revolution on the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(2), 345-360.

- Hansen, K., Gonzalez, M., & Ferrari, S. (2019). Collaborative networks and the tourist experience: A review of the literature. *Tourism Management Perspectives*, 29, 37-46.
- Hjalager, A. M. (2000). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 21(4), 403-413.
- Jackson, M.; Murphy, P. (2002). Clusters of tourism. *Journal of Travel Research*, 41(2), 76-84.
- Nelson, R. R. (1993). *National innovation systems: A comparative analysis*. Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2008). *Gestão da inovação* (3ª ed.). Bookman.
- UNWTO. (2020). *Global report on innovation in tourism*. World Tourism Organization.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.

## 5. ESTUDO 3 - DIMENSÕES DA INOVAÇÃO NO TURISMO DO PARANÁ

### 5.1 RESUMO

Inovação é a implementação de novas ideias, processos ou produtos que geram valor para empresas, consumidores ou para a sociedade. É o ato de atribuir novas capacidades aos recursos tanto de pessoas quanto de processos existentes na empresa para gerar resultados explorando a mudança como uma oportunidade de negócio ou serviço diferente. A inovação impacta diretamente na gestão dos destinos turísticos e na eficiência operacional das empresas do setor. No Paraná, a inovação é explorada em diversas áreas, como por exemplo, nas agências de viagens, operadoras turísticas, organizadora de eventos, meios de hospedagem e transportadora turística. O objetivo deste estudo foi identificar e testar dimensões da inovação aplicadas ao turismo. A metodologia da pesquisa é de caráter exploratório e abordagem quantitativa. Foram realizados o levantamento das variáveis, o pré-teste do questionário com especialistas e a coleta de dados com gestores de empresas do setor de turismo do Paraná. A amostra foi não-probabilística e coletada por conveniência, alcançando o total de 136 respostas por meio de formulário eletrônico desenvolvido no Google Formulários. Foram utilizadas a estatística descritiva e a análise fatorial exploratória para testar as de dimensões, essas etapas foram realizadas no software SPSS. Os resultados indicam três dimensões que explicam a inovação no Turismo do Paraná. As três dimensões foram nomeadas de acordo com as variáveis que as compõem, como: 1. Inovação no Turismo, 2. Colaboração e parcerias, e 3. Inovação em Softwares. As variáveis formadoras da Inovação do Turismo são as maiores responsáveis pela explicação das dimensões, apresentando 49% de variância explicada e 74% da variância acumulada do fenômeno analisado, com 12 variáveis. O estudo contribui no desenvolvimento de dimensões para a mensuração da inovação no turismo no Paraná auxiliando gestores na tomada de decisão e promovendo a competitividade do setor. Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa ao mensurar a inovação no turismo, especificamente nos setores de organização de eventos, meios de hospedagem, agências de turismo e transportadora turística. A pesquisa sugere a necessidade de maior integração entre setor público e privado, ampliação do uso de tecnologias emergentes e fortalecimento da inovação estratégica.

**Palavra-chave:** Turismo, Inovação, Dimensões, Cadastur, Paraná.

### 5.2 INTRODUÇÃO

A inovação é frequentemente vista como progresso econômico e social, sendo fundamental para a competitividade das empresas em um mercado cada vez mais dinâmico e globalizado (AIRES; BRANDÃO, 2020). Inovação é a criação de novas realidades (SUZIGAN, 2023). Inovar não significa apenas criar algo novo, mas também melhorar produtos, serviços e processos para aumentar a eficiência e atender às demandas dos consumidores. A inovação transcende a mera criação de novidades, trata-se de um processo contínuo de adaptação e aprimoramento de produtos, serviços e modelos de negócios, visando atender às demandas

emergentes e promover a sustentabilidade em um ambiente global em constante mudança (BOGERS *et al.*, 2019; DODGSON *et al.*, 2020). Entretanto, para que a inovação aconteça é importante que ela seja mensurada garantindo resultados práticos e benefícios tangíveis.

A inovação é considerada ainda uma das principais fontes de vantagem competitiva para as organizações. Em setores como o turismo, onde a competitividade é elevada e os mercados estão em constante mudança é necessário inovar (CHESBROUGH, 2019; AIRES; BRANDÃO, 2020).

A gestão da inovação não se limita apenas à criação de novos produtos, mas envolve a implementação de processos, modelos de negócios e estratégias que possibilitam a adaptação das organizações a um ambiente competitivo em constante mudança (GALINA; DIAS, 2022). Ao longo dos anos, diversos estudiosos e pesquisadores, tais como Schumpeter (1934; 1939), Rogers (1983; 2003), Christensen (2012) e Chesbrough *et al.* (2006), dedicaram-se a estudar os diferentes conceitos e classificações da inovação, buscando entender suas características, implicações e impactos nas organizações e na sociedade como um todo (CAMPOS *et al.*, 2023).

O turismo constitui-se em uma importante atividade econômica, capaz de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional. É um setor composto de diversos segmentos como meios de hospedagens, agências de turismo, transportadoras turísticas e organizadoras de eventos (HADDAD; PORSEE; RABAHY, 2013; RABAHY, 2019, MTUR, 2024).

Inovação no turismo pode ser compreendida como a implementação de mudanças significativas em produtos, processos, posicionamento, mercados ou estruturas organizacionais, que visam criar valor para os consumidores ou melhorar a competitividade das empresas e destinos turísticos (HJALAGER, 2010), permeada por um componente humano, capaz de promover diferencial competitivo. Tais estratégias e medidas são fáceis de serem copiadas (PIVCEVIC; PRANICEVIC, 2012; BROOKER *et al.*, 2012; BOOYENS; ROGERSON, 2016; NORDLI, 2017).

Diversos estudos exploraram a inovação no setor de turismo sob a perspectiva de gestores, revelando abordagens distintas em diferentes localidades. No Brasil, Pazini (2015) investigou a percepção de gestores de agências de viagens em Curitiba. Rodrigues e Anjos (2016) realizaram um estudo similar com gestores de

artesanato e restauração em São Luís. Em Portugal, Aires (2017) analisou a inovação na visão de gestores de hotéis em Aveiro. Já Nordli (2017) focou em características específicas da inovação em serviços, entrevistando gestores de pequenos hotéis e empresas de entretenimento na Noruega.

Estudos recentes indicam que, embora exista um reconhecimento da importância da inovação, muitas micro e pequenas empresas (MPEs) do setor turístico ainda carecem de práticas estruturadas para sua mensuração e gestão. López *et al.* (2023), que investigou a relação entre inovação tecnológica e desempenho em meios de hospedagem, Silva *et al.* (2023), que analisou as práticas de gestão de pessoas em hotéis.

Em relação às operadoras de turismo, Carvalho e Bugs (2016) realizaram um diagnóstico organizacional em uma operadora específica, identificando áreas críticas que necessitam de melhorias e propondo estratégias para otimizar processos internos e, conseqüentemente, o desempenho geral da empresa. No contexto dos meios de hospedagem, a avaliação de desempenho é central na gestão de pessoas, permitindo identificar potencialidades dos colaboradores e propor melhorias. A modernização desses processos, incluindo recursos tecnológicos, tem sido enfatizada para aprimorar a eficiência na hotelaria (IVANOV *et al.*, 2020; LENUWAT; BOON-ITT, 2021). No âmbito das organizadoras de eventos, Santos *et al.* (2020) analisaram a relevância da hospitalidade em eventos corporativos, destacando como a prestação de serviços de qualidade pode fortalecer os laços entre empresas e clientes, além de mensurar a eficácia das experiências proporcionadas durante os eventos. Hall e Williams (2019) indicam que a inovação influencia a experiência do turista, a gestão dos destinos e a eficiência operacional das empresas do setor.

Uma característica comum a esses estudos é a abordagem superficial ou generalista do conceito de inovação, frequentemente alinhada à literatura clássica. Essa abordagem pode não capturar a complexidade do setor de turismo, que engloba uma variedade de atividades interligadas, como hospedagem, restauração, agências de viagens, transporte, serviços culturais, entretenimento e comércio varejista. A diversidade e interdependência desses setores exigem uma análise mais aprofundada e dinâmica da inovação no turismo (AIRES; BRANDÃO, 2022).

No entanto, a mensuração da inovação no turismo requer a identificação de variáveis que capturem essas diferentes dimensões e a aplicação de métodos

estatísticos robustos para validação. Considerando que a medição da inovação em empresas de turismo, sob a ótica da oferta, ainda é pouco explorada, observa-se uma carência de consensos e definições consolidadas sobre conceitos, instrumentos e métodos de análise adequados ao setor. Essa lacuna evidencia desafios e limitações metodológicas que ainda precisam ser enfrentados para o avanço do tema (PIKKEMAAT; WEIERMAIR, 2007; CAMISÓN; MONFORT-MIR, 2012; KRIZAJ et al., 2014).

Diante desse contexto, esta pesquisa propõe-se a identificar e testar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo. Logo, a partir desta introdução, este artigo está organizado em mais cinco seções, com a fundamentação teórica, a metodologia, os resultados, as considerações finais e as referências.

### **5.3 INOVAÇÃO NO TURISMO**

O papel da inovação no turismo é multifacetado, envolvendo não apenas novos produtos e serviços, mas também formas inovadoras de gestão e estratégias de cooperação para garantir sustentabilidade e competitividade (PIVČEVIĆ; PRANIČEVIĆ, 2012). Está alinhado com a literatura e pode ser entendido como a mentalidade capaz de promover novidades, mudanças e melhorias significativas, que trazem realização pessoal e retornos financeiros (AIRES; BRANDÃO, 2024). Inovação é um fator para a competitividade das empresas turísticas, especialmente em destinos turísticos, onde a renovação contínua dos produtos e serviços é necessária para atender às mudanças nas demandas dos consumidores (GARAU VADELL; ORFILA-SINTES, 2008). E vai além da tecnologia, abrangendo mudanças em processos organizacionais, experiências de clientes e colaborações estratégicas entre atores do setor (ORFILA-SINTES; MATTSSON, 2009), além de melhorias incrementais que visam atender melhor às necessidades dos turistas (PIKKEMAAT; PETERS, 2005; NOVELLI; SCHMITZ; SPENCER, 2006; SUNDBO, ORFILA-SINTES; SØRENSEN, 2007; HJALAGER, 2010).

A inovação tem sido um dos principais motores de transformação no turismo global, permitindo que destinos e empresas se adaptem às novas demandas do mercado e se diferenciam em um ambiente altamente competitivo. Ela introduz novas tecnologias, abordagens e estratégias que divulgam os atributos das cidades (COSTA; TAVARES, 2024). Schumpeter (1934) foi um dos primeiros teóricos a

discutir a inovação como fator essencial para o crescimento econômico, definindo-a como a introdução de novos produtos, novos processos, novos mercados, novas fontes de suprimentos e novas formas de organização empresarial. Essa visão foi posteriormente adaptada ao turismo por diversos pesquisadores, como Hjalager (2010), que categorizou a inovação no setor em cinco tipos principais: inovação de produto, de processo, organizacional, de marketing e institucional.

No setor de turismo, a inovação de produto pode incluir o desenvolvimento de novas experiências turísticas, como pacotes personalizados de atividades ou a criação de novas atrações; Inovação de processo pode estar relacionado à melhoria nos métodos de produção ou na entrega de serviços. Por exemplo, a implementação de sistemas de reservas online ou a automatização de processos internos no hotel. A Inovação organizacional pode se configurar em mudanças na estrutura ou gestão da empresa que promovem maior eficiência. Um exemplo é a criação de alianças estratégicas entre hotéis e operadores turísticos para compartilhar recursos e otimizar operações; Inovação de marketing, no desenvolvimento de novas estratégias para promover produtos e serviços, como o uso de redes sociais e campanhas digitais para atrair turistas de nichos específicos. E a inovação institucional relaciona-se à criação de novas regras e estruturas que regem a indústria do turismo. Regulamentações para o turismo sustentável, como as certificações de turismo responsável e práticas de economia circular, são exemplos dessa categoria (PIKKEMAAT; PETERS, 2005).

Gestores turísticos têm se beneficiado dessas inovações ao adotar tecnologias e processos que não apenas aprimoram a experiência do visitante, mas também otimizam a gestão operacional, melhorando a eficiência dos serviços e a competitividade das empresas (COSTA *et al.* 2023). As melhorias incrementais, como a implementação de sistemas de gestão mais ágeis ou o uso de plataformas digitais para personalização da experiência, permitem que os gestores respondam de maneira agilizada às mudanças no comportamento dos turistas, criando uma gestão focada na inovação contínua. Tais práticas têm sido fundamentais no cenário pós-pandemia, em que o turismo busca se reinventar, adaptando-se às novas demandas e desafios (SANTOS *et al.*, 2024).

Medir a inovação é um dos maiores desafios enfrentados por pesquisadores e gestores. A inovação, especialmente em serviços como o turismo, não é um

fenômeno fácil de quantificar, pois envolve fatores intangíveis, como a experiência do cliente e a percepção de valor. Além disso, nem sempre resulta em produtos tangíveis, o que dificulta ainda mais a sua mensuração. No entanto, medir a inovação para validar o processo e identificar áreas de melhoria (PIKKEN AT; PETERS, 2005). A capacidade de inovar está diretamente ligada à colaboração entre empresas e instituições, promovendo redes que potencializam a transferência de conhecimento e recursos no setor turístico (PIKKEMAAT; PETERS, 2006).

Diante da complexidade e da diversidade de abordagens da inovação no turismo, torna-se evidente que sua aplicação vai além da simples adoção de novas tecnologias, abrangendo mudanças estruturais, estratégicas e de mercado. A inovação, ao ser mensurada e compreendida em suas diferentes dimensões, permite que empresas e destinos turísticos se mantenham competitivos e sustentáveis em um setor dinâmico e em constante evolução (HALL; WILLIAMS, 2008; HJALAGER, 2010; BUHALIS, 2019).

Com base nos resultados do estudo 2, foram identificadas as dimensões que serão exploradas neste estudo. Foram 5 dimensões mapeadas (colaboração e parcerias, inovação, inovação em processos, inovação organizacional, inovação em marketing). A colaboração e parceria é um fator que impulsiona a inovação ao facilitar a troca de conhecimento e recursos entre empresas e instituições do setor. A inovação como dimensão aborda a adoção de novas tecnologias e metodologias que aprimoram a eficiência operacional e a experiência do turista. A inovação em serviços foca na criação ou aprimoramento de experiências para os clientes, como novos pacotes turísticos ou personalização de roteiros, tornando os destinos mais atraentes. Já a inovação em processos busca a otimização das operações, como a implementação de sistemas automatizados de gestão e reservas, reduzindo custos e aumentando a produtividade. A inovação organizacional envolve mudanças estruturais e gerenciais, permitindo maior flexibilidade e adaptação às tendências do mercado, como parcerias estratégicas entre operadores turísticos e hotéis. Por fim, a inovação em marketing explora novas formas de promoção e engajamento dos turistas, utilizando canais digitais, redes sociais e estratégias personalizadas para atrair públicos específicos. Essas dimensões, quando aplicadas em conjunto, fortalecem o ecossistema do turismo, permitindo que empresas e destinos se diferenciam e se mantenham competitivos em um mercado dinâmico

(ORFILA-SINTES *et al.*, 2007; PIKKEMAAT; WEIERMAIR, 2007; HJALAGER, 2010; PIVČEVIĆ; PRANIČEVIĆ, 2012).

Orfila-Sintes e Mattsson (2009) ampliam a discussão ao argumentar que a inovação no turismo está diretamente relacionada à qualidade dos serviços e à experiência do cliente. Eles ressaltam que destinos turísticos inovadores não apenas investem em novas tecnologias, mas também promovem colaborações estratégicas entre diferentes atores do setor, criando um ambiente propício para a inovação sustentável.

Já Pivčević e Praničević (2012) destacam a importância da inovação incremental no turismo, considerando que as melhorias contínuas em serviços e processos geram vantagens competitivas sustentáveis. Eles apontam que a inovação não precisa ser radical para ser eficiente, mas deve estar alinhada às necessidades do mercado e às expectativas dos clientes.

Por fim, Orfila-Sintes e Mattsson (2009) reforçam que a inovação no turismo é multifacetada, envolvendo desde a adoção de novas tecnologias até mudanças nos modelos de gestão e marketing. Segundo os autores, empresas que investem em inovação conseguem oferecer experiências mais diferenciadas e atrativas para os turistas, aumentando sua competitividade no setor.

Assim, a colaboração entre empresas, o investimento em novos serviços, a otimização de processos e a criação de estratégias inovadoras de marketing tornam-se elementos fundamentais para impulsionar a experiência do turista e fortalecer a competitividade dos destinos turísticos. Portanto, ela deve ser encarada como um processo contínuo de adaptação e aprimoramento, garantindo que o setor turístico acompanhe as transformações do mercado e atenda às expectativas crescentes dos consumidores.

#### **5.4 METODOLOGIA**

O estudo é de caráter exploratório, de abordagem quantitativa, com estatística descritiva e multivariada. De acordo com Bastos e Ferreira (2016, p. 128), “as pesquisas quantitativas são aquelas que têm seus fundamentos nos paradigmas que valorizam a objetividade e o controle científico. Para isso, enfatizam que se apliquem testes que comprovaram a validade dos resultados e sua fidedignidade”.

Esse processo segue abordagens metodológicas amplamente utilizadas em pesquisas científicas e organizacionais, conforme discutido por autores como Creswell e Creswell (2023) e Saunders, Lewis e Thornhill (2019). A Figura 6 descreve as etapas do procedimento metodológico estruturado para a condução do estudo.

Figura 6: **Procedimentos Metodológicos**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Segundo Hair *et al.* (2021), a escolha da abordagem analítica depende dos objetivos da pesquisa e da natureza dos dados coletados. A primeira etapa envolve a identificação e seleção das variáveis relevantes para o estudo, com base em uma revisão da literatura e fontes secundárias de dados. Segundo Creswell (2023), essa fase é essencial para delimitar o escopo da pesquisa e definir indicadores mensuráveis. Para garantir a validade e confiabilidade dos instrumentos de coleta de dados, na segunda etapa, realizou-se uma pesquisa piloto e um processo de validação com cinco especialistas na área. De acordo com Bryman (2021), a pesquisa piloto permite ajustes nos questionários e procedimentos, melhorando a precisão das informações coletadas. A terceira etapa referiu-se à abordagem dos respondentes via e-mail e whatsapp, utilizando bases de dados previamente estruturadas, como o Cadastur, um banco oficial de prestadores de serviços turísticos.

O instrumento de pesquisa utilizado na coleta de dados foi elaborado na forma de um questionário estruturado, desenvolvido com base na revisão de literatura sobre inovação no setor turístico a partir dos resultados do estudo 1 e do estudo 2, com a finalidade de obter de maneira sistemática e ordenada,

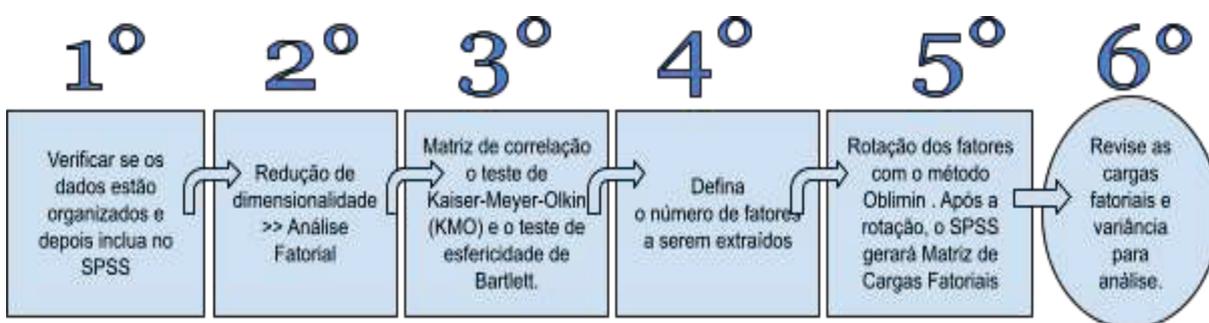
informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada (DENCKER, 2007).

A amostra foi não-probabilística e coletada por conveniência, totalizando 136 respostas válidas. Para analisar os dados, foram realizadas a análise estatística descritiva, para compreender o perfil dos gestores, e a estatística multivariada, com análise fatorial exploratória, para dimensionar a matriz de dimensões da inovação no turismo do Paraná. Os dados foram interpretados e analisados no software SPSS. O SPSS é um software estatístico que permite a análise de dados, a geração de relatórios, a realização de análises estatísticas e a criação de gráficos (IBM, 2025).

A análise fatorial exploratória é uma técnica amplamente utilizada na redução da dimensionalidade de dados multivariados, facilitando a identificação de padrões e a interpretação dos dados complexos (FIELD, 2013). O método de extração por componentes principais e a rotação oblíqua, como o Oblimin, são escolhas recorrentes devido à sua capacidade de fornecer soluções mais compreensíveis quando os fatores extraídos podem estar correlacionados (FABRIGAR *et al.*, 1999). O teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de esfericidade de Bartlett são fundamentais para garantir a adequação da análise fatorial, garantindo que as variáveis estejam inter-relacionadas de maneira apropriada para esse tipo de análise (KAISER, 1974).

Para realizar a análise fatorial exploratória no SPSS, foram seguidas as etapas descritas abaixo:

Figura 7: Etapas do Software SPSS



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Estes procedimentos são necessários para realizar uma análise fatorial exploratória eficaz, permitindo uma exploração detalhada das relações subjacentes

entre as variáveis e a definição de fatores significativos que podem ser usados em modelos posteriores. A aplicação do SPSS como ferramenta para essa análise torna o processo acessível e intuitivo, fornecendo ao pesquisador resultados robustos para interpretação e tomada de decisões. As análises estatísticas descritivas realizam uma exploração geral dos dados (FIELD, 2009), para isso foram utilizadas as análises de frequência e de porcentagem.

Foi utilizado a análise fatorial exploratória para identificar como as observações dos dados refletiam os construtos teóricos sobre os quais o questionário foi desenvolvido. Segundo Costello e Osborne (2005, p. 1), "a análise fatorial exploratória é um procedimento complexo, com poucas diretrizes absolutas e muitas opções [...] e as questões a serem respondidas influenciam quais procedimentos trarão o máximo benefício". Para Hair Jr. *et al.* (2019, p. 124), a análise fatorial exploratória é uma técnica de interdependência [...] cujo principal objetivo é definir a estrutura subjacente entre as variáveis na análise". Este estudo utilizou o IBM SPSS Statistics 22 para todas as análises estatísticas.

A amostra final da análise fatorial exploratória de 20 variáveis do Quadro 5. Segundo Costello e Osborne (2005), regras estritas sobre o tamanho da amostra para análise fatorial exploratória deixaram de ser uma exigência rígida, dependendo mais da robustez dos dados.

Os resultados das seis entrevistas realizadas no estudo 2, também identificaram cinco dimensões principais: colaboração e parcerias, inovação, inovação em processos, inovação organizacional e inovação em marketing. Essas dimensões foram exploradas a partir de uma análise de literatura e adaptada com base em autores como Orfila-Sintes & Mattson (2009), Pikkemaat & Weiermair Pikkemaat; Peters (2006) Pikkemaat; Peters (2007), Hjalager (2010) e Pivčević & Praničević (2012), que ofereceram subsídios teóricos para a compreensão e operacionalização das variáveis. Para cada uma das dimensões identificadas, foram elencadas variáveis que orientaram a construção do instrumento de coleta de dados (Quadro 5). Estes estudos tratam da inovação no setor de turismo, com foco em diferentes aspectos, como tipos de inovação, impactos no desempenho das empresas turísticas e fatores que influenciam a adoção de práticas inovadoras.

Após este processo ele foi ajustado e validado por especialistas. E posteriormente enviado aos respondentes da pesquisa (Apêndice 01). O

questionário foi dividido em seções que abordam o perfil da empresa, práticas de inovação adotadas, e a colaboração com outros stakeholders. As questões foram fechadas, utilizando escalas Likert para medir as práticas inovadoras. Para garantir a validade do instrumento, ele foi submetido a um pré-teste com um grupo reduzido de gestores do setor, possibilitando ajustes para maior clareza e precisão das perguntas.

O formulário elencou as 20 variáveis de inovação e para os respondentes avaliarem em uma escala Likert de 5 pontos, em que 1 representa “Discordo totalmente” e 5 representa “Concordo totalmente”. O formulário também apresentou questões que caracterizam o perfil demográfico do respondente, tais como: idade, escolaridade, formação profissional, cargo, setor empresarial (segmento) e o tipo da empresa (micro, médio e grande). A coleta de dados foi realizada por meio de formulário eletrônico desenvolvido no Google Formulários.

O primeiro passo da coleta de dados foi apurar os endereços de e-mails relativos à população-alvo da pesquisa, que eram os gestores inscritos no Cadastur, o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, que é um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor turístico. O cadastro é gratuito e é executado pelo Ministério do Turismo.

O banco de dados com os e-mails foi composto em parte pelos e-mails de cadastrados dos gestores no cadastur, e-mails válidos e que não voltaram, e do que possui dados abertos e acesso livre; e outra parte por e-mails coletados em uma busca na internet com o intuito de alcançar representantes do setor público; assim como por e-mails recebidos por compartilhamento entre pesquisadores do setor. Dessa maneira, o universo amostral foi composto por 4.038 e-mails.

O envio do formulário seguiu a alternância entre cada segmento, com intervalo médio de três dias para o reenvio. O período de coleta dos dados ocorreu entre 01 de dezembro de 2024 e 20 de janeiro de 2025. Foram obtidas 136 respostas válidas para uso na pesquisa, refletindo uma taxa mínima de resposta para cada segmento, sendo 47% para Agências de Turismo e 14% para Meios de Hospedagem. De acordo com Fontana (2018), a aplicação online pode ter limitado a pesquisa, tendo em vista a facilidade de rejeição. Fatores como a incompreensão do questionário e respostas tardias foram identificadas neste estudo.

De acordo com Barbetta (1998), o tamanho da amostra seguindo o cálculo amostral para população finita (4038 e-mails), com erro amostral de 5% e grau de confiança de 95%, é de 351 respondentes ([Calculadora de tamanho de amostra e dicas | SurveyMonkey](#)). Para Hair Jr., et al. (2009) o tamanho da amostra segue a lógica de no mínimo 6 respostas por variável, então para 20 variáveis, estimou-se uma amostra mínima de 120 respostas. Assim, este estudo almejou coletar entre 120 e 351 respostas. Portanto, foram coletadas 136 respostas válidas que refletem o mínimo de 6 respostas por variável. A seguir apresenta-se o Quadro 5 com as dimensões, as variáveis e os autores que compõem a escala de avaliação das inovações identificadas na literatura.

Quadro 5: **Variáveis que compõem a escala de avaliação das inovações.**

Dimensão	Variáveis	Autores
<b>Colaboração e Parcerias - CP</b>	CP1 - A empresa faz parcerias com outras empresas, organizações ou instituições.	Garau Vadell; Orfila-Sintes (2008) Orfila-Sintes; Mattson (2009) Pikkemaat; Peters (2006)
	CP2 - A empresa frequentemente faz parcerias com outras empresas, instituições ou organizações.	
	CP3 - As parcerias com outras empresas ou instituições contribuíram diretamente para a inovação no seu estabelecimento.	
<b>Inovação - INOV</b>	INOV 1 - A empresa frequentemente faz incorporação de ativos tecnológicos como automação de processos, uso da inteligência artificial, uso da internet das coisas e ou robotização.	Pivčević; Praničević (2012) Orfila-Sintes; Mattsson (2009)
	INOV 2 - A empresa frequentemente faz manutenção automatizada.	
	INOV 3 - A empresa frequentemente utiliza sistemas de segurança.	
<b>Inovação em serviços - IS</b>	IS 1 - Os serviços, produtos e ofertas são desenvolvidos para melhorar a experiência do cliente.	Pikkemaat; Peters (2006) Pivčević; Praničević (2012)
	IS 2 - A empresa investe em inovações incrementais (quando são feitas melhorias graduais ou contínuas em produtos, serviços, processos ou tecnologias existentes) em serviços ou produtos existentes.	

	IS 3 - Há novos serviços introduzidos na empresa.	
	IS 4 - Há melhorias significativas em serviços existentes na empresa.	
<b>Inovação em processos - IP</b>	IP 1 - A empresa implementa novos processos operacionais e realiza melhorias significativas nos processos existentes.	Pivčević; Praničević (2012)
	IP 2 - A empresa implementa automatização de seus processos.	
	IP 3 - A empresa adota novas tecnologias que buscam a eficiência operacional.	
<b>Inovação Organizacional - IO</b>	IO 1 - A empresa apresenta novas formas de organização interna, como gerenciamento ou estruturas de controle	
	IO 2 - A empresa implementa novos métodos de gestão.	
	IO 3 - A empresa oferece possibilidade de treinamento e capacitação de funcionários.	
<b>Inovação em Marketing - IM</b>	IM 1 - A empresa utiliza novos métodos de marketing, como campanhas ou canais de promoção.	
	IM 2 - A empresa apresenta serviços novos ou melhorados.	
	IM 3 - A empresa busca a diferenciação de produtos.	
	IM 4 - A empresa se preocupa com a gestão da experiência do cliente.	

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

O questionário foi composto por 06 (seis) dimensões com 20 (vinte) variáveis que caracterizam as escalas de avaliação das inovações identificadas na literatura. O quadro 5 apresentado descreve as variáveis que compõem a escala de avaliação das inovações no setor de turismo, detalhando diferentes dimensões e suas respectivas variáveis. As dimensões abordam áreas-chave de inovação dentro das empresas do setor, como colaboração e parcerias, inovação em serviços, processos, organização e marketing. Essas variáveis, por sua vez, são fundamentadas em estudos de diversos autores, que destacam os principais fatores para a inovação nas organizações, como as parcerias externas, o uso de novas tecnologias, a

melhoria contínua dos serviços e a adaptação dos processos operacionais. Essas dimensões foram adaptadas para o presente estudo, com base nas pesquisas de Garau Vadell & Orfila-Sintes (2008), Pikkemaat e Peters (2006), Pivčević, Praničević (2012), entre outros, de modo a entender melhor como as inovações impactam o desempenho das empresas turísticas.

A primeira dimensão, Colaboração e Parcerias (CP), explora a importância das parcerias externas para o desenvolvimento de inovações dentro das empresas. No setor turístico, os segmentos se beneficiam significativamente de colaborações com outras empresas, organizações ou instituições. Isso ocorre porque essas parcerias podem proporcionar acesso a novos recursos, ideias e tecnologias, fundamentais para o processo de inovação (GARAU VADELL; ORFILA-SINTES, 2008; ORFILA-SINTES; MATTSSON, 2009; PIKKEMAAT; PETERS, 2006). No estudo, três variáveis são destacadas: CP1, que questiona se a empresa realiza parcerias com outras entidades; CP2, que explora a frequência dessas parcerias; e CP3, que analisa a contribuição dessas parcerias para a inovação da empresa. A adaptação dessas variáveis no estudo atual permite investigar como essas práticas colaborativas impactam diretamente as inovações no setor de turismo.

A Inovação (INOV) foca no uso de tecnologias como automação e segurança para melhorar a eficiência e competitividade das empresas. As variáveis exploram a adoção de tecnologias como inteligência artificial e internet das coisas, conforme Pivčević e Praničević (2012) e Orfila-Sintes e Mattsson (2009).

A dimensão Inovação em Serviços (IS) analisa como empresas turísticas desenvolvem novos serviços para melhorar a experiência do cliente. As variáveis IS 1 a IS 4, baseadas em Pikkemaat e Peters (2006), abordam inovações que atendem às necessidades dos clientes e adaptam-se ao mercado.

A Inovação em Processos (IP) explora a implementação de novos processos e tecnologias para aprimorar a eficiência operacional. Segundo Pivčević e Praničević (2012), a automação e as novas tecnologias são essenciais para empresas do setor turístico, reduzindo custos e melhorando a experiência do cliente.

A Inovação Organizacional (IO) foca na transformação interna das empresas, com mudanças na gestão e capacitação de funcionários. Pivčević e Praničević (2012) destacam que essas mudanças são fundamentais para criar um ambiente propício à inovação, tornando as empresas mais ágeis e inovadoras.

A Inovação em Marketing (IM) aborda como empresas turísticas utilizam novas estratégias para se destacar no mercado. As variáveis IM 1 a IM 4, com base em Pikkemaat e Peters (2006), investigam a implementação de campanhas e diferenciação de produtos para melhorar a imagem da empresa e atrair clientes.

Assim, o quadro 5 oferece uma visão detalhada das principais áreas escolhidas de inovação que impactam o setor de turismo, com base em teorias e pesquisas anteriores. Adaptando essas variáveis para o estudo atual, é possível entender como a colaboração e parcerias, a adoção de tecnologias contribuem para a inovação no turismo das empresas turísticas e sua capacidade de inovar.

Logo, “[...] A análise fatorial fornece as ferramentas para analisar a estrutura das inter-relações (correlações) em um grande número de variáveis [...] definindo conjuntos de variáveis que são fortemente inter-relacionadas, conhecidos como fatores” (HAIR JR *et al.*, 2009, p. 102). A análise fatorial exploratória é uma técnica estatística multivariada utilizada para identificar padrões ocultos em um conjunto de variáveis observadas, reduzindo a complexidade dos dados e agrupando itens correlacionados em fatores subjacentes (HAIR JR. *et al.*, 2009). Esse método é especialmente útil para validar a estrutura de construtos em pesquisas e garantir que as variáveis mensuradas reflitam corretamente os conceitos teóricos subjacentes.

## **5.5 RESULTADOS**

### **5.5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA**

A amostra foi caracterizada por representantes de empresas com as naturezas jurídicas permitidas conforme a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, como prestadores de serviços turísticos, sociedades empresariais, sociedades simples, empresários individuais e serviço social autônomo, inscritos no Cadastur nos segmentos de turismo: Organizadoras de eventos, Transportadora Turística, Meios de Hospedagem, Agências de Turismo e Operadoras. Para caracterizar o perfil do gestor, foram analisados os seguintes aspectos: idade, nível de escolaridade, formação profissional, cargo e se existe algum profissional formado em turismo ocupando cargos de gerência ou liderança em sua empresa.

A maioria dos gestores possuem pós-graduação (64%) A faixa etária é diversificada, variando de 22 a 70 anos, com maior concentração entre 33 a 65 anos. Isso sugere um público experiente, com potencial interesse em atividades

culturais, históricas e tecnológicas.

O perfil dos gestores entrevistados revela uma diversidade de faixas etárias, com uma concentração significativa nas faixas etárias mais avançadas. A grande maioria são de gestores (29,2%) tem entre 55 e 65 anos, seguida por uma representação de 27,1% na faixa etária de 33 a 43 anos. A faixa de 44 a 54 anos também possui uma participação relevante, com 22,9%, enquanto os gestores mais jovens, de 22 a 32 anos, representam 18,75% da amostra. A presença de gestores com mais de 66 anos, embora menor (10,4%), indica uma longevidade na carreira e uma experiência acumulada ao longo dos anos. Esses dados sugerem que a liderança organizacional abrange diferentes estágios de carreira, com um equilíbrio entre gestores mais experientes e jovens, refletindo a diversidade de perspectivas e habilidades dentro das organizações.

Tabela 1: Perfil dos gestores entrevistados (n= 136)

Faixa Etária	Frequência	Porcentagem
22 - 32 anos	9	18,75%
33 - 43 anos	13	27,1%
44 - 54 anos	11	22,9%
55 - 65 anos	14	29,2%
66 - para mais	5	10,4%

Escolaridade	Frequência	Porcentagem
Pós-Graduação	87	64%
Ensino Superior	36	26,5%
Ensino Médio	8	5,9%
Ensino Fundamental	1	0,7%
Outros	4	2,9%

Formação Profissional	Frequência	Porcentagem
Turismo e áreas relacionadas	30	34,9%
Administração e áreas relacionadas	29	32,95%

Direito	12	13,64%
Engenharia e áreas relacionadas	10	11,36%
Marketing	7	7,95%
Jornalismo	5	5,68%
Outras áreas	7	7,95%

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Em relação à escolaridade, a maioria dos gestores entrevistados possui uma formação acadêmica, com 64% possuindo pós-graduação e 26,5% com ensino superior. Apenas 5,9% têm ensino médio, e 0,7% têm ensino fundamental, destacando que o nível educacional elevado é predominante entre os gestores. Quanto à formação profissional, o campo do Turismo e áreas relacionadas é o mais comum, representando 34,9% dos gestores, seguido de perto por Administração e áreas correlatas, com 32,95%.

A presença de gestores com formação em Direito (13,64%) e Engenharia (11,36%) também é significativa, refletindo uma diversidade de campos de conhecimento nas lideranças. Além disso, a presença de profissionais com formação em Marketing (7,95%) e Jornalismo (5,68%) indica que as habilidades de comunicação e gestão de marcas estão igualmente presentes. A formação diversificada sugere que os gestores possuem um leque variado de competências técnicas e estratégicas, essenciais para enfrentar os desafios complexos das organizações contemporâneas.

Tabela 2: Perfil de gestores quanto a cargo e tipo de empresa

Cargo	Frequência	Porcentagem
Diretor/Diretor Geral/Diretor Executivo	87	23,86%
Sócio/Diretor Sócio	36	19,32%
Gerente	8	13,64%
Proprietário/Proprietária	1	11,36%
Consultor/Consultora	4	4,55%

Professor	2	4,55%
Outros Cargos	1	15,91%

Tipo de empresa	Frequência	Porcentagem
Micro e Pequeno Porte (de acordo com o Estatuto da Micro e Pequena Empresa)	103	23,86%
Médio	23	19,32%
Pequena	10	13,64%

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Em relação ao perfil dos gestores entrevistados, cargos de alta responsabilidade nas empresas do setor de turismo. A maioria dos gestores ocupa posições como Diretor, Diretor Geral ou Diretor Executivo, representando 23,86% dos entrevistados. Essas funções refletem o papel estratégico desempenhado pelos gestores, que estão à frente das principais decisões da organização. Seguindo, encontramos os Sócios e Diretores Sócios, com 19,32% dos respondentes, evidenciando a forte presença de empresas que operam com modelos de propriedade compartilhada, o que é comum em empresas familiares ou pequenas empresas de turismo. Cargos como Gerente (13,64%), Proprietário/Proprietária (11,36%) e Consultor/Consultora (4,55%) também aparecem, indicando a diversidade de funções executivas presentes nas organizações, incluindo funções especializadas e de apoio à gestão. Há ainda uma parcela de 4,55% ocupando cargos de professor, o que pode sugerir um envolvimento com a formação de novos profissionais ou a atuação em consultoria acadêmica.

Já em relação ao tipo de empresa, a maioria dos gestores está em empresas de micro e pequeno porte, conforme definido pelo Estatuto da Micro e Pequena Empresa, com uma expressiva representação de 75,7% dos respondentes. Este dado reforça a característica predominante de pequenas empresas no setor de turismo, que são responsáveis por grande parte das operações no mercado. Além disso, 16,9% dos entrevistados estão em empresas de porte médio, o que indica uma certa diversificação no perfil das organizações, embora ainda com um número menor em comparação às micro e pequenas. Apenas 7,4% dos gestores estão em empresas de grande porte, o que sugere que o setor de turismo é predominantemente formado por empresas menores e de gestão mais direta e

próxima ao dia a dia dos colaboradores.

Ainda na análise estatística descritiva, visando caracterizar a amostra e identificar padrões relevantes para o estudo. Estes resultados fornecem uma base quantitativa para compreender o impacto do perfil dos respondentes nas percepções analisadas ao longo do estudo. Segundo Hair *et al.* (2019), médias próximas ao valor máximo indicam uma tendência de concordância elevada com os itens avaliados. Isso sugere que os participantes, em sua maioria, concordam com as afirmações associadas às variáveis. De acordo com Field (2018), desvios-padrão acima de 1 sugerem maior variabilidade nas respostas, o que pode indicar percepções distintas entre os respondentes.

Na tabela 3, a maioria das variáveis possui médias acima de 4, indicando que os respondentes tendem a avaliar positivamente os itens analisados. A variável IS1 (Inovação em serviços 1: Os serviços, produtos e ofertas são desenvolvidos para melhorar a experiência do cliente) tem a maior média (4,6176), sugerindo uma percepção mais favorável. Já INOV2 (Inovação: A empresa frequentemente faz manutenção automatizada), com a menor média (3,0221), sugere menor concordância ou avaliação mais neutra. O desvio padrão mais alto pertence a INOV2 (1,36879), indicando que as respostas para essa variável foram mais dispersas, ou seja, houve maior variação nas opiniões. Assim, as variáveis relacionadas à inovação (INOV1, INOV2, INOV3) apresentam as menores médias, sugerindo uma percepção menos favorável em comparação com outros aspectos avaliados pelos respondentes.

Tabela 3: **Estatísticas Descritivas**

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>
IS1	136	2,00	5,00	4,6176	,73089
CP1	136	1,00	5,00	4,5221	,94255
IM4	136	1,00	5,00	4,4706	,86016
CP2	136	1,00	5,00	4,3750	1,08824
IM3	136	1,00	5,00	4,2132	,98438
CP3	136	1,00	5,00	4,1618	1,18772
IS4	136	1,00	5,00	4,0662	1,02706
IM1	136	1,00	5,00	4,0368	1,09820

IM2	136	1,00	5,00	4,0147	,96598
IS2	136	1,00	5,00	4,0074	1,00735
IP1	136	1,00	5,00	3,9632	,99932
IO3	136	1,00	5,00	3,9044	1,16669
IS3	136	1,00	5,00	3,8897	1,11337
IP3	136	1,00	5,00	3,8897	1,06578
IO1	136	1,00	5,00	3,7721	1,05386
INOV3	136	1,00	5,00	3,7059	1,30024
IO2	136	1,00	5,00	3,5809	1,09243
INOV1	136	1,00	5,00	3,4706	1,12178
IP2	136	1,00	5,00	3,4338	1,15279
INOV2	136	1,00	5,00	3,0221	1,36879

Fonte: elaborado pela autora por meio do SPSS, 2025.

Por outro lado, a variável IS1 possui o menor desvio padrão, com valor de 0,73089, o que indica que as respostas dos participantes estão mais concentradas em torno da média, apresentando menor variação. As variáveis IS1, CP1 e IM4 possuem médias relativamente altas, variando de 4,4706 a 4,6176, o que indica que as respostas dos participantes tendem a ser mais positivas nesses aspectos. O desvio padrão das variáveis IS1 (0,73089) e CP1 (0,94255) são menores que o de IM4 (0,86016), o que sugere que as respostas para IS1 e CP1 são mais consistentes entre os participantes, enquanto IM4 apresenta uma ligeira variação maior nas respostas. Por outro lado, variáveis como CP2 (4,3750 de média), IM3 (4,2132 de média) e CP3 (4,1618 de média) mostram uma leve queda nas médias em comparação com as mais altas, mas ainda assim estão acima de 4,0, o que indica um nível geral de satisfação ou concordância, apesar de apresentarem desvios padrão mais altos, como em CP2 (1,08824) e CP3 (1,18772), sugerindo maior dispersão nas respostas.

Em contraste, variáveis como IS4 (4,0662 de média), IM1 (4,0368 de média) e IM2 (4,0147 de média) têm médias um pouco mais baixas, porém ainda mantendo uma tendência positiva nas respostas. O desvio padrão dessas variáveis, como IS4 (1,02706) e IM1 (1,09820), indica uma certa variação, mas sem um grande distanciamento das médias. Já variáveis como IP1 (3,9632 de média), IO3 (3,9044

de média), e IS3 (3,8897 de média) têm médias mais baixas, o que pode sugerir uma percepção mais negativa. Seus desvios padrão variam entre 1,06578 e 1,16669, o que ainda indica uma distribuição considerável nas respostas, mas não tão extrema quanto em INOV2, que tem a menor média (3,0221) e o maior desvio padrão (1,36879), indicando grande dispersão nas opiniões dos participantes.

Assim, para o desenvolvimento da Análise Fatorial Exploratória, utilizou-se como método de extração dos fatores a Análise de Componentes Principais, a qual se baseia na totalidade das informações contidas em cada variável para caracterizar os fatores que contêm pequenas proporções de variância única (HAIR JR et al, 2009), facilitando a interpretação do fenômeno, descrito na tabela 4.

A variância total explicada na análise de componentes principais (tabela 4), um procedimento estatístico utilizado para reduzir a dimensionalidade dos dados e identificar padrões implícitos. O critério inicial de extração foi baseado nos autovalores, onde apenas os componentes com valores superiores a 1 foram considerados relevantes, conforme a regra de Kaiser (KAISER, 1960). Dessa forma, três componentes foram retidos, explicando conjuntamente 74,317% da variância total dos dados.

Tabela 4: Análise dos Componentes Principais

Componente	Autovalores Iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somas de rotação de carregamentos ao quadrado
	Total	% variância	% cumulativa	Total	% variância	% cumulativa	Total
1	5,889	49,072	49,072	5,889	49,072	49,072	5,314
2	1,821	15,171	64,243	1,821	15,171	64,243	3,604
3	1,209	10,074	74,317	1,209	10,074	74,317	2,777

Fonte: Elaborado pela autora com apoio do software SPSS, 2025.

O primeiro componente apresenta um autovalor de 5,889, explicando 49,072% da variância total. Isso indica que ele é o fator mais importante para a estrutura dos dados, capturando quase metade da informação do conjunto original. O segundo componente tem um autovalor de 1,821, correspondendo a 15,171% da variância, e o terceiro componente tem um autovalor de 1,209, explicando 10,074% da variância. Juntos, esses três componentes retidos abrangem uma parcela significativa da variabilidade dos dados, reduzindo a complexidade sem perder informação essencial.

Os componentes restantes apresentam autovalores inferiores a 1 e, portanto, não foram considerados significativos para a análise, por isso não foram apresentados na tabela 4. Esses componentes explicam variações menores nos dados e podem ser interpretados como ruído ou fatores menos relevantes. Segundo Hair *et al.* (2019), componentes com baixa variância explicada podem ser descartados, pois não contribuem significativamente para a estrutura dos dados e podem dificultar a interpretação dos resultados.

A última coluna da tabela 4 mostra as somas de rotação dos carregamentos ao quadrado, aplicadas para facilitar a interpretação dos fatores. Após a rotação oblíqua, os três componentes principais mantêm a maior parte da variância explicada, com os valores ajustados para 5,314, 3,604 e 2,777, respectivamente. Esse procedimento é útil para redistribuir a variância entre os componentes e tornar suas cargas mais distinguíveis, permitindo diferenciar fatores latentes (FIELD, 2018).

Em resumo, a análise mostra que três componentes explicam aproximadamente 74,317% da variância total, o que é considerado adequado para estudos em ciências sociais e comportamentais (HAIR *et al.*, 2019). Essa redução dimensional possibilita uma melhor compreensão dos padrões subjacentes nos dados e facilita a construção de modelos mais interpretáveis e eficientes.

Foram realizados os dois procedimentos considerados imprescindíveis, a saber, o critério de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de esfericidade de Bartlett. A medida KMO verifica a adequação de amostragem, sugerindo estatisticamente a proporção de variância dos itens que pode estar sendo explicada por uma variável latente. O KMO é calculado por meio do quadrado das correlações totais dividido pelo quadrado das correlações parciais, das variáveis analisadas. Seu valor pode variar de 0 a 1 (zero a um), importante identificar que, valores menores que 0,5 são considerados inaceitáveis, valores entre 0,5 e 0,7 são considerados medíocres; valores entre 0,7 e 0,8 são considerados bons; valores maiores que 0,8 e 0,9 são considerados ótimos e excelentes, respectivamente (KAISER, 1970; DAMÁSIO, 2012; KIRCH *et al.*, 2017).

Da análise dos dados, os resultados desta pesquisa no teste de KMO (0,888) e do teste de Bartlett ( $p < 0,001$ ) indicam que os dados são adequados para análise fatorial. O valor elevado de KMO sugere boa adequação da amostra, enquanto a significância do Bartlett confirma correlações suficientes entre as variáveis. As

cargas fatoriais de cada variável nos três componentes extraídos, indicam como elas se agrupam de acordo com a correlação com os fatores subjacentes. As cargas fatoriais representam a correlação entre cada variável e o respectivo componente, sendo que valores acima de 0,50 são considerados relevantes para a análise (HAIR *et al.*, 2019)., observa-se que cada variável está fortemente associada a um único componente, sugerindo uma boa estrutura fatorial.

Na tabela 5, demonstra que a dimensão 1 - Inovação no turismo, agrupou as variáveis IO2, IO1, IP1, IM2, IM3, IP3 e IS3, com cargas fatoriais variando entre 0,625 e 0,897, indicando que essas variáveis compartilham uma característica comum. A análise revelou uma estrutura sólida para a aplicação no turismo, com coeficientes de confiabilidade elevados, como o Alfa de Cronbach de 0,907 para a dimensão "Inovação no Turismo", demonstrando a consistência para o contexto de pesquisa.

A dimensão 2, Colaboração e parcerias engloba CP1, CP2 e CP3, com cargas fatoriais acima de 0,88, sugerindo que essas variáveis medem um mesmo fator subjacente. Já a dimensão 3, inovação em softwares contém INOV3 e INOV2, com cargas de 0,887 e 0,865, respectivamente, indicando um fator possivelmente relacionado à inovação.

A separação clara entre os fatores sugere uma estrutura bem definida, o que é um indicativo positivo para a validade da análise fatorial (FIELD, 2018). Além disso, as cargas fatoriais elevadas mostram que cada variável contribui significativamente para o seu respectivo fator. O critério de carga mínima de 0,40 para aceitação de um item em um fator é respeitado, conforme recomendado por Marôco (2021).

Tabela 5: Conjunto de variáveis padrão e de confiabilidade Alfa Cronbach para Inovação no Turismo

Dimensão Variáveis	Cargas	Alfa de Cronbach Confiabilidade
<b>Dimensão 1: Inovação no Turismo</b>		
IO 2 - A empresa implementa novos métodos de gestão.	0,897	
IP 1 - A empresa implementa novos processos operacionais e realiza melhorias significativas nos processos existentes.	0,872	
		0,907
IO 1 - A empresa apresenta novas formas de organização interna, como gerenciamento ou estruturas de controle	0,842	

IM 2 - A empresa apresenta serviços novos ou melhorados.	0,767	
IM 3 - A empresa busca a diferenciação de produtos.	0,766	
IP 3 - A empresa adota novas tecnologias que buscam a eficiência operacional.	0,670	
IS 3 - Há novos serviços introduzidos na empresa.	0,625	
<hr/>		
<b>Dimensão 2: Colaboração e Parcerias</b>		
CP1 - A empresa faz parcerias com outras empresas, organizações ou instituições.	0,939	0,920
CP2 - A empresa frequentemente faz parcerias com outras empresas, instituições ou organizações.	0,932	
CP3 - As parcerias com outras empresas ou instituições contribuíram diretamente para a inovação no seu estabelecimento.	0,884	
<hr/>		
<b>Dimensão 3: Inovação em Softwares</b>		
NOV 2 - A empresa frequentemente faz manutenção automatizada.	0,887	0,801
INOV 3 - A empresa frequentemente utiliza sistemas de segurança.	0,865	
<hr/>		

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Das 20 variáveis inicialmente identificadas e adaptadas nesta pesquisa, apenas 12 foram mantidas após a análise dos dados, resultando em variáveis mais compacta e ajustada à realidade da inovação no turismo. Essa redução validou as variáveis padrão, que agora reflete melhor os aspectos essenciais da inovação nesse campo, conforme indicado pelas altas cargas de fator e pela confiabilidade do *Alfa de Cronbach*.

A fatorial padrão mostra que os dados das variáveis tabela 5 se agruparam, a partir de suas cargas fatoriais, em três dimensões principais: Inovação no Turismo (1), Colaboração e Parcerias (2), e Inovação em Softwares (3). Inovação no Turismo abrange variáveis como mudanças organizacionais (IO2 e IO1), automação de processos (IP1), estratégias de marketing digital (IM2 e IM3), inovação em processos e inovação em serviços (IS3), com cargas fatoriais elevadas. Já a dimensão - Colaboração e Parcerias, por sua vez, reúne variáveis com altas cargas fatoriais (CP1,CP2,CP3), evidenciando a importância da cooperação entre empresas e instituições para promover práticas inovadoras no setor. Por fim, a dimensão - Inovação em Softwares destaca a adoção de tecnologias avançadas, como inteligência artificial, automação (INOV2) e segurança (INOV3), reforçando a

digitalização do turismo.

As variáveis apresentaram diferentes cargas fatoriais, com algumas mais altas e outras mais baixas, refletindo o impacto relativo de cada fator na inovação no turismo. Na Dimensão 2, Colaboração e Parcerias, as cargas fatoriais extremamente altas (CP1 = 0,939, CP2 = 0,932, CP3 = 0,884) indicam que a colaboração entre empresas, instituições e outros agentes do mercado é fundamental para a inovação no setor, destacando a relevância das redes de colaboração para impulsionar práticas inovadoras. As redes de colaboração formais e informais entre empresas formariam importantes estímulos às atividades inovadoras, sobretudo para as empresas menores, em razão de facilitarem o intercâmbio de conhecimentos diversos e o acesso a recursos. Ou seja, as empresas geram e recebem “transbordamentos” de conhecimento e tecnologia nas relações com seus parceiros. Este pode ser um fator decisivo para a aproximação das pequenas empresas com as grandes (NEVES, 2023; HAGEDOORN, LOKSHIN; MALO, 2018; HENRIQUES, SOBREIRO; KIMURA, 2018; TSCHANZ *et al.*, 2020). Essas altas cargas reforçam a ideia de que a inovação é impulsionada por um ecossistema cooperativo. Já na Dimensão 3 Inovação em Softwares, as cargas fatoriais elevadas (INOV2 = 0,887, INOV3 = 0,865) sugerem que a adoção de tecnologias avançadas, como inteligência artificial, automação e segurança, desempenha um papel na modernização do setor turístico. Embora as cargas não sejam tão altas quanto as do fator anterior, ainda assim indicam uma forte correlação com a inovação tecnológica no turismo. Esses resultados evidenciam como variáveis com cargas mais altas têm maior influência, enquanto as de cargas mais baixas, embora importantes, têm um impacto relativamente menor no processo de inovação.

Dessa forma, os padrões sugere uma estrutura fatorial bem definida, em que os itens estão agrupados de maneira coerente de acordo com os dados. Isso indica que os fatores identificados representam construtos distintos dentro da pesquisa. Para aprofundar a análise, seria interessante verificar índices de ajuste das dimensões a confiabilidade dos fatores, como o Alfa de Cronbach.

Na tabela 5 também são apresentadas as estatísticas de confiabilidade, especificamente o coeficiente Alfa de Cronbach, que mede a consistência interna de um conjunto de itens em um instrumento de pesquisa. O valor de  $\alpha=0,907$  indica um nível de confiabilidade muito alto, sugerindo que os itens avaliados possuem uma

forte correlação interna e medem de forma consistente o construto em questão. Além disso, o Alfa de Cronbach com base em itens padronizados ( $\alpha=0,908$  \alpha = 0,908) apresenta um valor muito próximo, reforçando a estabilidade da confiabilidade mesmo após a padronização dos itens.

De acordo com os critérios propostos por George e Mallery (2016), valores de Alfa de Cronbach acima de 0,9 são considerados excelentes, entre 0,8 e 0,9 como bons, entre 0,7 e 0,8 como aceitáveis, e abaixo de 0,7 podem indicar problemas de consistência interna. Assim, o resultado obtido sugere que dimensões é altamente confiável e adequada para a mensuração da inovação no turismo do Paraná.

Outro aspecto relevante é o número de itens ( $N = 7$ ), que influencia o cálculo do Alfa de Cronbach. Conforme Hair *et al.* (2019), um número maior de itens tende a aumentar a confiabilidade, enquanto um número muito pequeno pode comprometer a estabilidade do coeficiente. Nesse caso, a presença de sete itens parece ser suficiente para garantir uma boa consistência interna.

Portanto, os resultados indicam que a escala utilizada possui alta confiabilidade, sendo apropriada para aplicações em pesquisas que demandam medidas consistentes e precisas. Para uma análise mais aprofundada, recomenda-se também a verificação da validade do instrumento por meio de análises fatoriais ou de validade convergente e discriminante.

A análise da confiabilidade das escalas apresentadas na imagem foi realizada com base no coeficiente Alfa de Cronbach, uma medida amplamente utilizada para avaliar a consistência interna de instrumentos de pesquisa. Esse coeficiente varia entre 0 e 1, sendo que valores acima de 0,7 são considerados aceitáveis, enquanto valores acima de 0,9 indicam excelente confiabilidade (HAIR *et al.*, 2019).

Referente à dimensão "Colaboração e Parceria", a tabela 5 descreve o Alfa de Cronbach obtido foi de 0,920, indicando uma excelente consistência interna entre os três itens da escala. Segundo George e Mallery (2016), coeficientes acima de 0,9 são altamente desejáveis e sugerem que os itens medem um mesmo construto de forma coerente e homogênea. Dessa forma, pode-se afirmar que a escala utilizada para medir a colaboração e a parceria apresenta alta confiabilidade e pode ser aplicada com segurança em pesquisas futuras.

Nota-se na tabela 5 que a estatística de confiabilidade apresentada indica que o Alfa de Cronbach para a variável de Inovação Geral é 0,801, o que sugere uma

boa consistência interna entre os itens avaliados. O Alfa de Cronbach baseado em itens padronizados apresenta um valor muito próximo (0,802), indicando que a padronização das variáveis não alterou significativamente a confiabilidade do conjunto. Como o número de itens analisados é 2, essa alta confiabilidade sugere uma forte correlação entre os itens, o que reforça sua coerência ao medir o mesmo construto.

Porém, mesmo com o resultado positivo, o fato de a escala contar com apenas dois itens pode ser um ponto negativo, já que escalas mais confiáveis normalmente incluem um maior número de variáveis para garantir uma avaliação mais abrangente do conceito de inovação. Apesar de analisar se a inclusão de mais itens manteria, foi verificado que não melhoraria a confiabilidade da escala, sendo só mantida pelo padrão só 2. Apresenta-se a tabela 06 com a correlações das três dimensões.

Tabela 6: **Correlações das Dimensões**

<b>Dimensões</b>	<b>Inovação no Turismo</b>	<b>Colaboração e Parcerias</b>	<b>Inovação em Softwares</b>
<b>Inovação no Turismo</b>	1,000	0,409	0,408
<b>Colaboração e Parcerias</b>	0,409	1,000	0,219
<b>Inovação em Softwares</b>	0,408	0,219	1,000

Fonte: Elaborado pela autora com apoio do SPSS, 2025.

Para interpretar o coeficiente de correlação e as magnitudes (fraca, moderada e forte) usar citação do FIELD (2009, p. 128 e 129).

A matriz de correlações das dimensões apresentada permite analisar a relação entre as três dimensões da inovação no turismo do Paraná: (1) inovação no turismo, (2) colaboração e parcerias e (3) inovação em softwares. A correlação entre inovação no turismo e colaboração e parcerias ( $r=0,409$ ) sugere uma correlação positiva e moderada entre essas variáveis. Isso indica que quanto maior são as ações de inovação no turismo do Paraná, maior é a colaboração entre diferentes agentes, como empresas, governo e instituições acadêmicas. Segundo Hjalager (2010), a inovação no turismo é frequentemente impulsionada por redes de cooperação, onde o compartilhamento de conhecimento e recursos facilita a adoção de novas práticas e tecnologias. Dessa forma, a criação de parcerias estratégicas é

essencial para promover um ambiente inovador no setor.

A relação entre inovação no turismo e inovação em softwares ( $r=0,408$ ) também é moderada, sugerindo que tendências inovadoras observadas no setor turístico podem estar alinhadas a padrões mais amplos de inovação. Hall e Williams (2008) destacam que a inovação no turismo muitas vezes reflete desenvolvimentos ocorridos em outros setores, como tecnologia, sustentabilidade e digitalização. Esse achado reforça a ideia de que o turismo não é um setor isolado, mas sim parte de um ecossistema de inovação mais amplo.

Por outro lado, a correlação entre colaboração e parcerias e inovação em softwares ( $r=0,219$ ) é relativamente fraca. Isso indica que, embora a colaboração seja importante para a inovação no turismo, ela pode não estar diretamente associada a uma inovação mais ampla. Uma possível explicação para esse resultado é que as parcerias no turismo tendem a ter um impacto mais localizado, beneficiando principalmente empresas e destinos específicos, mas sem necessariamente influenciar processos de inovação em um nível macroeconômico (NOVELLI; SCHMITZ; SPENCER, 2006).

Logo, os resultados reforçam a importância da colaboração como um fator impulsionador da inovação no turismo, mas também sugerem que a inovação turística mantém certa independência em relação à inovação geral. Para promover a inovação no setor, políticas públicas e estratégias empresariais devem enfatizar o fortalecimento das redes de colaboração, ao mesmo tempo em que buscam alinhar as inovações turísticas às tendências globais de inovação.

Dessa forma, os padrões sugere uma estrutura fatorial bem definida, onde os itens estão agrupados de maneira coerente. Isso indica que os fatores identificados podem representar construtos distintos dentro da pesquisa. Para aprofundar a análise, seria interessante verificar índices de ajuste e a confiabilidade dos fatores, como o Alfa de Cronbach.

## **5.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo atingiu seu objetivo ao identificar e testar uma das dimensões da inovação aplicadas ao turismo. Através de uma análise fatorial exploratória, foi possível dimensionar com alta confiabilidade. Das 20 variáveis inicialmente

consideradas, 12 apresentaram consistência interna, demonstrando sua adequação para medir a inovação no turismo do Paraná.

A pesquisa evidencia a necessidade de métricas confiáveis e metodologias bem definidas para avaliar a efetividade das inovações, ressaltando que a ausência de um processo válido pode comprometer a implementação e adoção de novas soluções. Outro ponto relevante do estudo é a consideração de fatores externos, como o ambiente de mercado e as condições socioeconômicas, que podem influenciar diretamente o sucesso ou fracasso de uma inovação.

O uso da Análise Fatorial Exploratório e a verificação das correlações entre os fatores revelam uma estrutura bem definida e coerente, com a inovação sendo um fator importante para o desenvolvimento do setor turístico. Nesse contexto, por meio da análise fatorial exploratória a mensuração da inovação torna-se essencial para orientar estratégias eficazes e promover o desenvolvimento contínuo do setor garantindo que as inovações implementadas pelas empresas de turismo gerem valor tanto para os clientes quanto para os negócios. Esta abordagem foi fundamental para obter uma compreensão abrangente das práticas inovadoras no turismo e das variáveis que influenciam sua mensuração. A utilização de métodos quantitativos é amplamente recomendada em estudos de inovação, pois possibilita a análise objetiva de dados e a identificação de padrões relevantes (AIRES; COSTA; BRANDÃO, 2022).

A inovação no turismo se manifesta de maneira interligada, englobando inovação em serviços, organizacional e em marketing, ao contrário das classificações teóricas gerais, que tendem a separá-las em categorias distintas. Esta particularidade reforça a necessidade de considerar a inovação no turismo como um conjunto integrado de variáveis, em vez de analisá-las isoladamente.

Em conclusão, os resultados reforçam a importância da colaboração como um fator impulsionador da inovação no turismo, mas também sugerem que a inovação turística mantém certa independência em relação à inovação em softwares. Para promover a inovação no setor, políticas públicas e estratégias empresariais devem enfatizar o fortalecimento das redes de colaboração, ao mesmo tempo em que buscam alinhar as inovações turísticas às tendências globais de inovação.

Como contribuição teórica, o estudo avança em apresentar três dimensões confiáveis para a inovação no turismo, confirmadas pela teoria. A análise confirma que as variáveis com cargas fatoriais mais elevadas são as mais influentes na inovação do turismo, sendo inovação no turismo (1), colaboração e parcerias (2), e inovação em software (3), que devem ser priorizadas na criação de modelos de inovação no setor. Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa para a literatura sobre inovação no turismo ao propor uma abordagem integrada para sua mensuração. Tradicionalmente, a inovação é analisada de forma segmentada, abrangendo dimensões como inovação em processos, organizacional, marketing e tecnologia. Contudo, os resultados desta pesquisa indicam que empresários e gestores do setor não a percebem de maneira fragmentada, mas como um fenômeno único e interdependente, no qual distintos aspectos inovativos ocorrem simultaneamente. A análise fatorial exploratória evidenciou que as variáveis mais representativas apresentam elevada correlação entre si. Esses achados indicam que a mensuração da inovação no turismo deve adotar uma perspectiva holística, reconhecendo a interconectividade entre diferentes práticas inovadoras e sua influência conjunta no desempenho do setor.

Como contribuição prática, além de compreender a inovação como um processo integrado, os gestores do turismo podem extrair diversos benefícios deste estudo, especialmente na tomada de decisões estratégicas, melhoria da competitividade e otimização da gestão da inovação. Os resultados da pesquisa podem orientar gestores públicos e privados na tomada de decisão, promovendo maior atratividade, diferenciação e resiliência no setor, buscando a inovação como estratégia de gestão. Podem auxiliar os gestores na priorização de investimentos em inovação de maneira mais assertiva. Por exemplo, se a inovação organizacional (mudança na estrutura e gestão) apresenta forte impacto no desempenho, empresas podem investir mais em capacitação de equipe e novos modelos de governança. O estudo mostra que a colaboração é uma das principais variáveis para impulsionar a inovação. Com isso, gestores podem expandir redes de parcerias estratégicas, seja entre empresas do setor turístico, fornecedores de tecnologia ou órgãos públicos, para acelerar processos inovadores e ampliar a competitividade.

Para pesquisas futuras, sugere-se a ampliação da análise das dimensões de inovação no turismo, explorando sua aplicabilidade em diferentes contextos e

tipologias de destinos turísticos e em outros estados brasileiros. A continuidade do estudo deve envolver a validação empírica das variáveis e dimensões identificadas, a fim de verificar as validades convergentes e discriminantes das dimensões a para a configuração de um modelo abrangente de inovação no setor. Sugere-se ainda a realização de uma análise fatorial confirmatória para validar a proposta e estruturar um modelo definitivo de inovação no turismo. Isso permitirá o desenvolvimento de métricas mais confiáveis, possibilitando a aplicação em diferentes contextos e aprimorando a gestão da inovação no setor. Recomenda-se a utilização de abordagens metodológicas mistas, combinando análises quantitativas e qualitativas, para assegurar a robustez dos resultados e possibilitar a adaptação do modelo às especificidades dos diferentes atores e segmentos turísticos.

## 5.7 REFERÊNCIAS

- Aires, F. (2017). *Inovação na visão de gestores de hotéis em Aveiro*.
- Aires, F., & Brandão, J. (2020). *Competitividade e inovação no turismo*.
- Bastos, A., & Ferreira, J. (2016). *Fundamentos da pesquisa quantitativa*.
- Barbetta, P. A. (1998). *Estatística aplicada às ciências sociais*. UFSC.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2019). *Open innovation: Research, practices, and policies*.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2016). Tourism innovation in the global South: Evidence from the Western Cape, South Africa.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2012). Innovation within the Canadian tourism industry: A Delphi study of practitioners' perspectives.
- Bryman, A. (2021). *Social research methods* (6<sup>a</sup> ed.). Oxford University Press.
- Campos, L., et al. (2023). Modelos de inovação e sua aplicabilidade no turismo.
- Capriello, A., Antonella, M., & Riboldazzi, S. (2021). Tecnologia e inovação em agências de viagens.
- Carvalho, L., & Bugs, G. (2016). Diagnóstico organizacional em operadoras de turismo.
- Chesbrough, H. (2019). *Open innovation results: Going beyond the hype and getting down to business*. Harvard Business Review Press.

- Chesbrough, H., et al. (2006). *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Harvard Business School Press.
- Costa, A. R., Pereira, M. L., & Sousa, F. M. (2023). Inovações incrementais no turismo: Impacto na gestão e experiência do turista. *Revista Brasileira de Turismo*, 23(2), 185–202.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6ª ed.). SAGE Publications.
- Damáσιο, B. F. (2012). *Uso da análise fatorial exploratória em psicologia*.
- Dencker, F. (2007). *Métodos e técnicas de pesquisa em administração*.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4ª ed.). Sage Publications.
- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2020). *The management of technological innovation: Strategy and practice* (7ª ed.). Oxford University Press.
- Duque, R. (2021). *Gestão e inovação em meios de hospedagem*.
- Fabrigar, L. R., et al. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272–299.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3ª ed.). SAGE Publications.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5ª ed.). SAGE Publications.
- Fontana, R. (2018). Impacto da aplicação online na rejeição de pesquisas acadêmicas.
- Garau Vadell, J. B., & Orfila-Sintes, F. (2008). Innovation in tourism: Management strategies for sustainable growth. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 21(3), 229–245.
- Galina, S., & Dias, C. (2022). Gestão da inovação e modelos de negócios no turismo.
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS statistics 23 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Gil, A. C. (2022). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (8ª ed.). Atlas.
- Hair, J. F., et al. (2009). *Multivariate data analysis* (7ª ed.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8ª ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., et al. (2021). *Multivariate data analysis* (9ª ed.). Cengage Learning.

- Haddad, F., Porse, S., & Rabahy, W. (2013). Turismo e desenvolvimento regional no Brasil.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. Routledge.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Innovation and tourism: Critical perspectives*. Routledge.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.
- IBM. (2025). *Manual de utilização do software SPSS Statistics 22*.
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, C., & Chironi, S. (2022). Tendências inovadoras na hotelaria e turismo.
- Jacob, M., et al. (2003). Environmental innovation and tourism competitiveness.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36.
- Khan, S., Shaheed, F. M., & Swarna, M. (2022). Hotel automation and innovation in guest experience.
- Kirtil, M., & Aşkun, T. (2021). Uso de robótica e inteligência artificial na hospitalidade.
- Krizaj, D., et al. (2014). Measuring innovation in tourism: A systematic approach.
- Kuss, M., & Medaglia, M. (2022). Impacto das tecnologias digitais nas agências de turismo.
- López, R., et al. (2023). Inovação tecnológica e desempenho hoteleiro.
- Malhotra, N. K., et al. (2022). *Marketing research: An applied orientation* (8ª ed.). Pearson.
- Marôco, J. (2021). *Análise estatística com SPSS Statistics* (7ª ed.). ReportNumber.
- Ministério do Turismo (Mtur). (2024). *Cadastur e a regulamentação do turismo no Brasil*.
- Nordli, A. (2017). Inovação em pequenas empresas de turismo na Noruega.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3ª ed.). McGraw-Hill.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Geographies*, 8(3), 268–288.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Research & Hospitality Management*, 1(1), 25–38.
- Pazini, R. (2015). Percepção da inovação por gestores de agências de turismo em Curitiba.

- Pikkemaat, B., & Peters, M. (2005). Towards the measurement of innovation – A pilot study in the small and medium-sized tourism enterprises.
- Pikkemaat, B., & Peters, M. (2006). Innovation management in tourism: The case of Tyrol, Austria.
- Pivčević, S., & Praničević, D. G. (2012). Innovation activity in the hotel sector: The case of Croatia.
- Rabahy, W. (2019). Desafios do turismo no Brasil e a necessidade de inovação.
- Rodrigues, A., & Anjos, M. (2016). Inovação no setor de artesanato e restauração em São Luís.
- Santos, F., et al. (2020). Hospitalidade em eventos corporativos e sua influência na experiência do cliente. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(3), 254–273.
- Santos, L. T., Oliveira, G. R., & Freitas, J. A. (2024). O impacto da inovação no setor de turismo pós-pandemia: Novos desafios e oportunidades. *Revista de Gestão e Inovação em Turismo*, 15(4), 301–315.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (9<sup>a</sup> ed.). Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Silva, M., et al. (2023). Gestão de pessoas em hotéis e inovação em hospitalidade.
- Suzigan, W. (2023). Inovação e desenvolvimento econômico no Brasil.
- Walder, B., et al. (2006). Tourism innovation and the role of regional development agencies.

## 6. CONSIDERAÇÕES DA DISSERTAÇÃO

O Estudo 1 abordou a inovação como um elemento essencial para a evolução do turismo, destacando sua relação com avanços tecnológicos e práticas inovadoras. A pesquisa revelou que a inovação no setor turístico não ocorre isoladamente, mas sim em um ambiente de interconexão entre diferentes agentes, por meio de colaboração e parceria. Evidenciou a necessidade de uma colaboração global para otimizar recursos e processos, destacando a interconexão entre sustentabilidade, tecnologia e desenvolvimento econômico como pilares fundamentais. O estudo concluiu que para manter a competitividade e o desenvolvimento contínuo, é necessário que estratégias inovadoras integrem a colaboração e atualização tecnológica constante.

O Estudo 2 analisou o ecossistema de inovação no turismo do Paraná, evidenciando como a colaboração entre diferentes setores pode impulsionar soluções inovadoras e novos negócios no setor. O estudo apontou que as parcerias entre o setor público e privado são fundamentais para o desenvolvimento regional, mas também destacou problemáticas, como a necessidade de uma maior priorização do turismo dentro dos *hubs* de inovação, de *startups* de turismo e políticas de inovação do estado. A maturidade do ecossistema de inovação no Paraná demonstra potencial significativo para o setor turístico, porém, requer mais estratégias de planejamento e governança para expandir as iniciativas já existentes.

No Estudo 3, o objetivo foi identificar e testar a matriz de dimensões da inovação aplicada ao turismo, utilizando a análise fatorial exploratória. A pesquisa identificou variáveis relevantes por meio do estudo 2 e pela literatura para medir a inovação no setor, revelando que a inovação não pode ser segmentada em categorias isoladas, como serviços, marketing, tecnologia ou processos, mas deve ser considerada de forma integrada. O estudo 3 avança em apresentar três dimensões confiáveis para a inovação no turismo, confirmadas pela teoria. A análise confirma que as variáveis com cargas fatoriais mais elevadas são as mais influentes na inovação do turismo, sendo inovação no turismo (1), colaboração e parcerias (2), e inovação em software (3), que devem ser priorizadas na criação de modelos de inovação no setor. A confiabilidade das escalas utilizadas reforçou a precisão dos resultados, sugerindo que a inovação do turismo depende de um equilíbrio entre colaboração e parcerias, e inovação em softwares.

De forma geral, a dissertação reforçou a centralidade da inovação como vetor de transformação do turismo. O papel do ecossistema de inovação mostrou-se determinante ao evidenciar a importância da cooperação entre atores diversos na criação de ambientes favoráveis à inovação. A articulação entre governo, iniciativa privada, instituições de ensino e a sociedade civil emergiu como essencial para o fortalecimento de uma cultura de inovação sustentável e tecnológica. A pesquisa também contribuiu para ampliar o entendimento de que a inovação vai além do aspecto tecnológico, envolvendo uma abordagem colaborativa, sistêmica e inclusiva entre stakeholders. Além disso, a pesquisa contribuiu teoricamente ao evidenciar a necessidade de um ecossistema de inovação estruturado, e, na prática, forneceu insights para a gestão do turismo.

Dessa forma, este estudo contribui para o avanço teórico e prático sobre inovação no turismo, oferecendo subsídios para gestores, formuladores de políticas e pesquisadores interessados em compreender e fomentar a inovação no setor. Nesse sentido, o trabalho representa um avanço significativo no entendimento do papel estratégico da inovação no setor, contribuindo para a sua consolidação como área prioritária no desenvolvimento socioeconômico. Como perspectivas para pesquisas futuras, sugere-se ampliar a aplicabilidade das dimensões testadas, fortalecendo o posicionamento do turismo como um setor inovador utilizando análises fatoriais confirmatórias para validar as dimensões em diferentes contextos regionais e nacionais. Essa ampliação permitirá consolidar o turismo como um setor dinâmico, competitivo e inovador.

## **7. REFERÊNCIAS**

- Abreu Novais, M., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: What we know, what we know but shouldn't and what we don't know but should. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1563.
- Adner, R. (2017). The wide lens: What successful innovators see that others miss. *Portfolio*.

- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic Management Journal*, 31(3), 306-333.
- Ahmad, M., Zhu, X., & Wu, Y. (2022). The criticality of international tourism and technological innovation for carbon neutrality across regional development levels. *Journal of Environmental Management*, 315, 115072.
- Ahmed, M., Aliane, N., Khababa, N., Abdou, M. Y. K., & Agina, M. F. (2023). Eco-Innovation Drivers and Their Impact on Tourism and the Hospitality Business in Egypt. *Journal of Cleaner Production*, 385, 135462.
- Aires, F., & Brandão, J. (2020). Competitividade e inovação no turismo.
- Aires, J., Costa, C., & Brandão, F. (2022). Rumo a um conceito de inovação no turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2577. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2577>
- Aires, R., & Brandão, A. (2022). Inovação e competitividade no setor de turismo. *Revista Brasileira de Turismo*, 16(2), 45-62.
- Akhtar, N., & Anjum, T. (2022). The role of tourism in economic development: A bibliometric analysis. *Tourism Economics Review*, 30(4), 567-583.
- Alonso, A. D., & Bressan, A. (2016). Micro and small business innovation in a traditional industry. *International Journal of Innovation Management*, 20(4), 1650042.
- Alonso-Almeida, M. M., Rocafort, A., & Borrajo, F. (2016). Shedding light on eco-innovation in tourism: A critical analysis. *Sustainability*, 8(6), 599.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051.
- Audretsch, D. B., & Link, A. N. (2019). Sources of knowledge and entrepreneurial behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 249-256.
- Audretsch, D. B., et al. (2019). The role of public policy in the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 53, 419-428.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2017). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 233-251.

- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72-95.
- Avdimiotis, S. (2011). Measurement of spatial inequalities between destination in metafordism period. The role of innovation via grid computing. *Tourism Management*, 32(4), 829-839.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Barna, M., & Biletska, I. (2021). Strategic management of innovation development of tourism businesses: Multi-systematic approach. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 179-190.
- Bartis, H., Hufkie, B., & Moraladi, M. (2021). The Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on the Business Events Sub-sector in South Africa: Mitigation Strategies and Innovations. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(4), 273-290.
- Bathlélt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: Local buzz, global pipelines and the process of innovation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Bastos, A., & Ferreira, J. (2016). *Fundamentos da pesquisa quantitativa*.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Bieger, T., Walter, P., & Thiessen, S. (2007). Jet age tourism. *Tourism Review*, 62(1), 52-63.
- Binder, P. (2020). Impacts of network relationships on absorptive capacity in the context of innovation. *Journal of Business Research*, 120, 65-77.
- Blasi, V., & Sedita, S. (2020). Analyzing the role of ecosystems in dynamic tourism networks. *Annals of Tourism Research*, 83, 102921.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2019). Open innovation: Research, practices, and policies.

- Bogers, M., Sims, C., & West, J. (2019). Innovation ecosystems. *Industrial and Corporate Change*, 28(6), 1145-1174.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2016). Tourism innovation in the global South: Evidence from the Western Cape, South Africa.
- Brandão, F., Costa, C., & Buhalis, D. (2018). Tourism innovation networks: A regional approach. *Annals of Tourism Research*, 72, 56-64.
- Brasil, Congresso Nacional. (2004). Lei da Inovação.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2012). Innovation within the Canadian tourism industry: A Delphi study of practitioners' perspectives.
- Brooker, E., Joppe, M., Davidson, M. C. G., & Marles, K. (2012). Innovation within the Australian outdoor hospitality parks industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 686-695.
- Bryman, A. (2021). *Social research methods* (6th ed.). Oxford University Press.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272.
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of service management*, 30(4), 484-506.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1).  
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>

- Bulc, V. (2011). Innovation ecosystem and tourism. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 1(1), 27-34.
- Campos, J. A. (2022). *Inovação no desenvolvimento econômico e social: Teoria e prática*.
- Campos, L., et al. (2023). Modelos de inovação e sua aplicabilidade no turismo.
- Capriello, A., Antonella, M., & Riboldazzi, S. (2021). Tecnologia e inovação em agências de viagens.
- Capriello, A., & Riboldazzi, S. (2021). Exploring service innovation in a network of travel agencies: the Robintur case. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100815.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2009). 'Mode 3' and 'quadruple helix': Toward a 21st-century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3-4), 201-234.
- Carayannis, E., & Rakhmatullin, R. (2014). The quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialisation strategies for sustainable and inclusive growth in Europe and beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212-239.
- Carson, D. A., Carson, D. B., & Hodge, H. (2014). Understanding local innovation systems in peripheral tourism destinations. *Tourism Geographies*, 16(3), 457-473.
- Carvalho, L., & Bugs, G. (2016). Diagnóstico organizacional em operadoras de turismo.
- Chan, A., Go, F. M., & Pine, R. (1998). Service innovation in Hong Kong: Attitudes and practice. *The Service Industries Journal*, 18(2), 112-124.
- Chan, W. Y., To, C. K., & Chu, W. C. (2016). Desire for experiential travel, avoidance of rituality and social esteem: An empirical study of consumer response to tourism innovation. *Journal of Vacation Marketing*, 22(4), 382-396.
- Chesbrough, H. (2019). *Open innovation results: Going beyond the hype and getting down to business*.
- Chesbrough, H., et al. (2006). *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M. (1995). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.

- Coe, N. M., & Bunnell, T. G. (2003). 'Spatializing' knowledge communities: Towards a theoretical framework. *Progress in Human Geography*, 27(4), 490-511.
- Costa, A. R., Pereira, M. L., & Sousa, F. M. (2023). Inovações incrementais no turismo: Impacto na gestão e experiência do turista. *Revista Brasileira de Turismo*, 23(2), 185-202.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- D'Uría, S., Scott, A., & Baird, T. (2016). Innovation ecosystems and value creation in tourism. *Tourism Economics*, 22(3), 536-554.
- Damáσιο, B. F. (2012). *Uso da análise fatorial exploratória em psicologia*.
- Dencker, F. (2007). *Métodos e técnicas de pesquisa em administração*.
- Denicolai, S., Zanoni, S., & Graziano, M. (2010). Knowledge and innovation in tourism networks: The role of absorptive capacity. *Tourism Management*, 31(4), 413-425.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications*. Sage Publications.
- Díaz, M. M., & Duque, C. M. (2021). Open innovation through customer satisfaction: A logit model to explain customer recommendations in the hotel sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 59.
- Dillette, A., & Ponting, S. S.-A. (2021). Diffusing innovation in times of disasters: considerations for event management professionals. *Event Management*, 25(4), 505-517.
- Divisekera, S., & Nguyen, V. K. (2018). Determinants of innovation in tourism evidence from Australia. *Tourism Management*, 67, 157-167.
- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2020). *The management of technological innovation: Strategy and practice*.
- Dorcic, J., Komsic, J., & Markovic, S. (2018). Mobile technologies and applications towards smart tourism—State of the art. *Tourism Review*, 73(2), 276-288.
- Doring, T., & Schnellenbach, J. (2006). Innovation and regional development: Theories and empirical evidence. *Regional Studies*, 40(4), 439-456.
- Duque, R. (2021). *Gestão e inovação em meios de hospedagem*.
- El Khwesky, T., & El Khwesky, A. (2022). IoT and the hospitality industry: Innovations and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(2), 215-229.

- El, R., Van der Klauw, S., & Kamerling, J. (2020). Sustainable tourism through collaborative innovation. *Tourism Management*, 81, 104-114.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and “Mode 2” to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Fabi, V., Vettori, M. P., & Faroldi, E. (2021). Adaptive reuse practices and sustainable urban development: Perspectives of innovation for European historic spa towns. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(1), 35-52.
- Fabrigar, L. R., et al. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.
- Fang, Y., Bi, D., Chen, H., & Peng, T. (2021). Spatial effects of knowledge-intensive business services clustering on tourism innovation in urban agglomerations. *Journal of Geographical Sciences*, 31(4), 547-562.
- Felizola, M. P. M., Aragão, I. M. de, & Silva, A. L. S. (2024). A articulação dos atores do ecossistema paranaense de inovação. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 18(1), 41–58.
- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptual framework for smart tourism destinations: A stakeholder-based approach. *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1734-1750.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Filippopoulos, K., & Fotopoulos, N. (2022). The role of innovation ecosystems in tourism. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1-22.
- Fontana, R. (2018). Impacto da aplicação online na rejeição de pesquisas acadêmicas. Freeman, C. (1979). *The economics of industrial innovation*. Penguin Books.
- Galina, S., & Dias, C. (2022). Gestão da inovação e modelos de negócios no turismo.
- Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: Conceituação, produção e publicação. *Logeion: Filosofia da Informação*, 6(1), 57–73. <https://doi.org/10.21728/logeion.2019v6n1.p57-73>

- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J.-L., & Ons-Cappa, M. (2016). ECO-innovation and economic crisis: A comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 138, 131-138.
- Garau Vadell, J. B., & Orfila-Sintes, F. (2008). Innovation in tourism: Management strategies for sustainable growth.
- Gartner, W. B., & Drucker, P. F. (1987). Innovation and entrepreneurship by Peter F. Drucker. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172-175.
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS statistics 23 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Gil, A. C. (2022). *Métodos e técnicas de pesquisa social (8ª ed.)*. Atlas.
- Goddin, B. (2006). The invention of innovation: A conceptual history of technical change. *History of Science*, 44(1), 43-67.
- Gomes, P., Dubar, E., & Paulo, M. (2023). Hotel 4.0: The impact of the fourth industrial revolution on the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(2), 345-360.
- Gomes, S., Lopes, J. M., & Ferreira, L. (2023). Looking at the tourism industry through the lenses of industry 4.0: a bibliometric review of concerns and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2022-0479>
- Gorochnaya, V., Mikhaylov, A., Plotnikova, A., & Mikhaylova, A. (2021). The interdependence between tourism and innovation activity in the western borderlands of Russia. *Tourism Management*, 82, 104168.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.
- Guimarães, T. A., & Borges, M. L. (2008). A inovação no setor de turismo: Perspectivas para o futuro. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 2(1), 34-48.
- Haddad, F., Porse, S., & Rabahy, W. (2013). Turismo e desenvolvimento regional no Brasil.
- Hair, J. F., et al. (2009). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- Hair, J. F., et al. (2021). *Multivariate data analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.

- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. Routledge.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and innovation: Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility*. Routledge.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Innovation and tourism: Critical perspectives*.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2020). Innovation and tourism governance. *Annals of Tourism Research*, 84, 102940.
- Hallenga-Brink, S. C., & Brezet, J. C. (2005). The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 141-149.
- Hansen, K., Gonzalez, M., & Ferrari, S. (2019). Collaborative networks and the tourist experience: A review of the literature. *Tourism Management Perspectives*, 29, 37-46.
- Hansen, M., Hjalager, A.-M., & Fyall, A. (2019). Adventure tourism innovation: Benefitting or hampering operations? *Tourism Management*, 70, 278-292.
- Hjalager, A.-M. (1996). Tourism and the environment: The innovation connection. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 7-22.
- Hjalager, A.-M. (2000). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 21(4), 403-413.
- Hjalager, A. M. (2006). The marriage between welfare services and tourism - A driving force for innovation? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3(1-2), 7-21.
- Hjalager, A. M. (2007). Stages in the economic globalization of tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 437-457.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.
- Hjalager, A.-M. (2012). Innovation policies for tourism. *Tourism Management*, 33(4), 885-898.
- Hjalager, A. M. (2013). 100 innovations that transformed tourism. *Journal of Travel Research*, 52(1), 1-21.
- Hjalager, A. M. (2015). Tourism and innovation. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of tourism* (pp. 964-967). Springer.
- Hjalager, A. M., & Kwiatkowski, G. (2019). Relational environmentalism in coastal recreation and tourism. *Sustainability*, 11(21), 6011.

- Hsiang, C.-H., Chen, R.-S., Chen, Y.-C., & Chen, C.-C. (2011). A framework of collaborative commerce and internet organisation business model innovation in the tourism industry: The case study of the Veterans Affairs Commission in Taiwan. *International Journal of Information Management*, 31(3), 259-264.
- IBM. (2025). Manual de utilização do software SPSS Statistics.
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, C., & Chironi, S. (2022). Tendências inovadoras na hotelaria e turismo.
- IPARDES. (2024). Relatório sobre inovação no turismo do Paraná. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social.
- Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Jacob, M., Florido, C., & Aguiló, E. (2010). Research note: Environmental innovation as a competitiveness factor in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 16(3), 419-434.
- Jacob, M., et al. (2003). Environmental innovation and tourism competitiveness.
- Jackson, M., & Murphy, P. (2002). Clusters of tourism. *Journal of Travel Research*, 41(2), 76-84.
- Jayawardena, C. (2019). Sustainability and the future of tourism. *Journal of Tourism Insights*, 10(1), 1-12.
- Jelinčić, D. A., & Tišma, S. (2022). Tourism Innovation in the Adriatic-Ionian Region: Questioning the Understanding of Innovation. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1011-1030.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity.
- Karmanov, M. V., Kiseleva, I. A., Kuznetsov, V. I., Zavrzhin, A. G., & Pushkareva, S. A. (2021). Innovative solutions for developing the transport infrastructure of tourist areas in the context of sustainability. *Transportation Research Procedia*, 58, 92-100.
- Kenski, V. (2010). Educação e tecnologias: O novo ritmo da informação. *Revista Brasileira de Educação*, 15(44), 91-108.
- Khan, S., Shaheed, F. M., & Swarna, M. (2022). Hotel automation and innovation in guest experience.

- Khurramov, O.K. (2020). "The Role Of The Tourism Sector In The Digitalization Of The Service Economy," *Economics And Innovative Technologies*: Vol. 2020 : No. 1, Article 6. Available At: <https://Uzjournals.Edu.Uz/Iqtisodiyot/Vol2020/Iss1/6>
- Kirtil, M., & Aşkun, T. (2021). Uso de robótica e inteligência artificial na hospitalidade. Kirtil, P., & Aşkun, O. B. (2021). Artificial intelligence applications in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100784.
- Klimenko, T. I., Shinkevich, A. I., Kudryavtseva, S. S., Shinkevich, M. V., Barsegyan, N. V., Farrakhova, A. A., & Ishmuradova, I. I. (2018). Modeling Factors of Environmental Tourism Development in Innovation Economy. *Ekoloji Dergisi*, (106).
- Koo, C., Mendes Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders. *Tourism Review*, 74(1), pp. 1-4. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-208>
- Kokotovich, V., Lebe, S. S., & Vujičić, M. D. (2021). Sustainability innovation in tourism. *Sustainable Tourism Journal*, 18(3), 299-315.
- Krizaj, D., et al. (2014). Measuring innovation in tourism: A systematic approach.
- Kuss, M., & Medaglia, M. (2022). Impacto das tecnologias digitais nas agências de turismo.
- Kuss, R., & Medaglia, L. (2022). Inovação nas agências de viagens: Transformação digital e novas práticas. *Revista Turismo & Sociedade*, 15(1), 120-140.
- L Ilieva, & L Todorova. (2023). Role of technological innovation for sustainable management of tourism organizations. *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science*, 1269(1), 012038–012038. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1269/1/012038>
- Lengkeek, J. (1999). A thorn for beauty: Tourism involution as a pitfall of sustainability. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 22(1), 83-98.
- Leung, D. (2019). The impact of information technology on tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(4), 445-456.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2018). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 58, 293-300.
- López, A., & Ramos, D. (2015). Innovation in services: The case of rural tourism in Argentina. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51(3), 635-646.
- López, R., et al. (2023). Inovação tecnológica e desempenho hoteleiro.

- Malhotra, N. K., *et al.* (2022). *Marketing research: An applied orientation* (8th ed.). Pearson.
- Marôco, J. (2021). *Análise estatística com SPSS Statistics* (7ª ed.). ReportNumber.
- Martin-Rios, C. (2019). Innovation in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 44-52.
- Mehraliyev, F., Choi, Y., & Köseoglu, M. A. (2020). Smart tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100739.
- Mendes Filho, L., Silva, P. C., & Silva, M. C. (2019). Big data analytics in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 595-610.
- Mendes-Filho, & Ramos, A. (2002). *Estratégia Empresarial E Tecnologia De Informação No Turismo*. 1(2), 37–54.
- Morant-Martínez, O., Santandreu-Mascarell, C., Canós-Darós, L., & Millet Roig, J. (2019). Ecosystem model proposal in the tourism sector to enhance sustainable competitiveness. *Sustainability*, 11(23), 6652.
- Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., & Merigó, J. (2019). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. *Journal of business research*, 101, 819-827.
- Nadkarni, S., & Haider, I. (2022). Digital transformation, operational efficiency and sustainability: innovation drivers for hospitality's rebound in the United Arab Emirates. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(6), 572-578.
- Nelson, R. R. (1993). *National innovation systems: A comparative analysis*. Oxford University Press.
- Nordli, A. (2017). Hotel entrepreneurship and innovation. *Journal of Tourism Research*, 15(2), 175-198.
- Nordli, A. (2017). Inovação em pequenas empresas de turismo na Noruega.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Oliveira, R. V., & Corrêa, T. (2017). Turismo digital: Como a tecnologia influencia a experiência turística. *Revista Brasileira de Turismo*, 11(3), 110-125.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry.
- Orfila-Sintes, J., Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2024). The innovative behaviour of tourism firms--Comparative studies of Denmark and Spain. *Research*

Policy, 36(1), 88–106.

[https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v\\_3a36\\_3ay\\_3a2007\\_3ai\\_3a1\\_3ap\\_3a88-106.htm](https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v_3a36_3ay_3a2007_3ai_3a1_3ap_3a88-106.htm)

Ottenbacher, M. C., & Gnoth, J. (2005). How to develop successful hospitality innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 205-222.

Parahoo, S. K., Mumtaz, S., Ayyagari, M., Harvey, H. L., & Khazraji, M. A. (2021). Investigating actors and enablers of innovation using a service ecosystem lens: a modelling approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 24(1), 25-44.

Pazini, R. (2015). *Percepção da inovação por gestores de agências de turismo em Curitiba*.

Pikkemaat, B., & Peters, M. (2005). Towards the measurement of innovation – A pilot study in the small and medium-sized tourism enterprises. Pikkemaat, B., & Peters, M. (2006). *Innovation management in tourism: The case of Tyrol, Austria*.

Pivčević, S., & Praničević, D. G. (2012). Innovation activity in the hotel sector: The case of Croatia.

Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Rabahy, W. (2019). *Desafios do turismo no Brasil e a necessidade de inovação*.

Rabahy, W. A. (2019). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>

Rapacz, A., Gryszel, P., Walesiak, M., & Dudek, A. (2022). Innovative activity of restaurants operating in the largest Polish cities. *E & M Ekonomie a Management*, 25(2).

Rodrigues, A., & Anjos, M. (2016). *Inovação no setor de artesanato e restauração em São Luís*.

Rodrigues, C., & Anjos, F. (2016). A gestão de artesanato e restauração no turismo. *Revista Turismo & Sociedade*, 10(1), 91-105.

Santos, F., *et al.* (2020). *Hospitalidade em eventos corporativos e sua influência na experiência do cliente*.

Santos, L. T., Oliveira, G. R., & Freitas, J. A. (2024). O impacto da inovação no setor de turismo pós-pandemia: Novos desafios e oportunidades. *Revista de Gestão e Inovação em Turismo*, 15(4), 301-315.

- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. Harper & Brothers.
- Silva, M., *et al.* (2023). *Gestão de pessoas em hotéis e inovação em hospitalidade*.
- Simantob, M., & Lippi, R. (2003). *Gestão da inovação: Conceitos e práticas no Brasil*. Editora Atlas.
- Sinkovics, N. (2016). Enhancing the foundations for theorizing through bibliometric mapping. *International Marketing Review*, 33(3), 327-350. doi:10.1108/IMR-10-2014-0341.
- Soares, J. C., Domareski Ruiz, T. C., & Ivars Baidal, J. A. (2022). Smart destinations: a new planning and management approach?. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2717-2732.
- Soliman, M., Cardoso, L., Almeida, R., Araújo, T., & Araújo Vila, N. (2021). Experiências turísticas e inovação digital. *Revista Turismo em Análise*, 32(2), 175-200.
- Standing, C., Tang-Taye, J. P., & Boyer, M. (2014). The impact of the Internet in travel and tourism: A research review. *Journal of Travel Research*, 53(6), 611-624.
- Suzigan, W. (2023). *Inovação e desenvolvimento econômico no Brasil*.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2008). *Gestão da inovação* (3ª ed.). Bookman.
- UNWTO. (2020). *Global report on innovation in tourism*. World Tourism Organization.
- Van Eck, N.J. & Waltman, L. (2010) Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.
- Vargas-Sánchez, A., & Durao, M. (2017). The Role of Social Networks in the Smart Tourism Destination: Application to the South Region of Portugal. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(2), 16.
- Walder, B., *et al.* (2006). *Tourism innovation and the role of regional development agencies*.
- Wang, W., Cole, S. T., Chen, J. S. (2018). Tourist Innovation in Air Travel. *Journal of Travel Research*, 57(2), 164-177.
- Warren, C., Becken, S., <sup>1</sup> & Coghlan, A. (2018). Sustainability-oriented Service Innovation: fourteen-year longitudinal case study of a tourist accommodation provider. *Journal of Sustainable Tourism*, <sup>2</sup> 26(10), 1784-1803.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.

Zhang, W., Zhan, Y., Yin, R., & Yuan, X. (2022). The tourism eco-efficiency measurement and its influencing factors in the Yellow River Basin. *Sustainability*, 14(23), 15654.

## APÊNDICE 1

### Perguntas Gestores

1. Qual é o papel das tecnologias na gestão da sua organização?
2. A sua organização utiliza alguma tecnologia de automação ou inteligência artificial? Em caso afirmativo, como ela impacta os processos de gestão?

### Perguntas sobre a colaboração em redes e ecossistemas

3. Quais atores do ecossistema turístico são mais relevantes para a sua organização (e.g., fornecedores de tecnologia, sistema S, agências governamentais, turistas, comunidades locais)?
4. Existe colaboração com outros atores do ecossistema turístico para inovar?
5. Que estratégias sua organização adota para construir e manter relações de confiança com parceiros no ecossistema?

### Perguntas sobre capacidades organizacionais

6. Qual o nível de tecnologia e inovação da sua organização que você considera essencial para se manter competitiva no contexto da Indústria 4.0?
7. A sua organização oferece capacitações ou treinamentos voltados para a adaptação tecnológica e inovação?
8. De que maneira sua organização aprende com a colaboração em redes ou clusters de inovação?

### Perguntas sobre inovação e sustentabilidade

9. Qual relação inovação e da sustentabilidade do ponto de vista da sua organização?
10. Qual tipo de inovação é aplicada na sua organização?
11. Sua organização participa de iniciativas ou projetos conjuntos que busquem promover práticas de turismo sustentável? Quais?
12. Existem barreiras específicas enfrentadas pela sua organização ao tentar implementar soluções inovadoras?

### Perguntas sobre o mapeamento e compreensão do ecossistema

13. A sua organização fez parte ou contribuiu para algum mapeamento do ecossistema turístico em que está inserida? Caso afirmativo, como foi?
14. Existem interesses conflitantes entre os atores do ecossistema que impactam a sua organização? Como eles são tratados?

## APÊNDICE 2

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

### Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

Este é um convite para participar da pesquisa: "Inovação no Turismo e o Ecossistema Colaborativo do Paraná", que tem como pesquisadora e mestranda responsável Elaine Cristina da Luz, sob orientação da Prof.ª Drª Thays Cristina Domareski Ruiz, no programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná.

A pesquisa tem por objetivo explorar diferentes dimensões da inovação nas organizações. A pesquisa se divide em oito seções principais, cada uma focando em um aspecto específico da inovação e colaboração. Nas perguntas apresenta-se uma breve descrição de cada seção.

As respostas serão fornecidas por meio de uma escala Likert, que varia de 1 a 5, variando de nunca ou sempre; concordo totalmente ou discordo totalmente.

Cada afirmação apresentada deverá ser avaliada de acordo com o seu grau de concordância ou discordância. Essa estrutura permite captar a intensidade da sua opinião sobre os temas propostos, o que ajudará a gerar uma análise mais detalhada e precisa dos resultados.

Os dados que você irá fornecer serão confidenciais e serão divulgados em congressos ou pesquisas, sempre de forma anônima. Para participar, você deve ser maior de 18 anos e ser ou ter sido gestor de empresas de meios de hospedagem, organizadora de eventos, agência e/ou operadora turística ou transportadora turística.

Suas respostas são fundamentais para este estudo. O formulário leva de 5 à 8 minutos para ser respondido.

Agradecemos sua participação!

elaine.luz@ufpr.br

thaysruiz@ufpr.br

\* Indica uma pergunta obrigatória

<https://docs.google.com/forms/d/1-#60vzcAKTZUYQ5jOyvkHCITg1f1mnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

1/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

1. 1. Termo de Consentimento: \*

Marcar apenas uma oval.

Sim, concordo.

Não concordo.

**COLABORAÇÃO E PARCERIAS:** Esta seção investiga como as organizações colaboram com outras empresas, instituições ou comunidades, analisando o impacto dessas parcerias na inovação e no desenvolvimento de soluções criativas. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

2. 2. A empresa faz parcerias com outras empresas, organizações ou instituições. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISCORDO TOTALMENTE      CONCORDO TOTALMENTE

3. 3. A empresa frequentemente faz parcerias com outras empresas, instituições ou organizações. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISCORDO TOTALMENTE      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-#60vzcAKTZUYQ5jOyvkHCITg1f1mnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

2/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

4. 4.As parcerias com outras empresas ou instituições contribuíram diretamente para a inovação no seu estabelecimento. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO:** Nesta seção, explorar-se-á o conceito de inovação de forma ampla, destacando as tendências e as melhores práticas adotadas pelas empresas; Também os diferentes tipos de inovação e seu papel no crescimento das organizações. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

5. 5. A empresa frequentemente faz incorporação de ativos tecnologicos como automação de processos, uso da inteligência artificial, uso da internet das coisas e ou robotização. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

3/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

6. 6. A empresa frequentemente faz manutenção automatizada. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

7. 7. A empresa frequentemente utiliza sistemas de segurança. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO DE SERVIÇOS:** Nesta seção, analisar-se-á como as empresas inovam em seus serviços para melhorar a experiência do cliente, explorando novos modelos de entrega, atendimento e personalização. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

4/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

8. 8. Os serviços, produtos e ofertas são desenvolvidos para melhorar a experiência do cliente. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

9. 9. A empresa investe em inovações incrementais (quando são feitas melhorias graduais ou contínuas em produtos, serviços, processos ou tecnologias existentes) em serviços ou produtos existentes. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

10. 10. Há novos serviços introduzidos na empresa. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkJTZUYQ5jOyMkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

5/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

11. 11. Há melhorias significativas em serviços existentes na empresa. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO EM PROCESSOS:** Nesta seção o foco está nas melhorias e mudanças nos processos internos das organizações, buscando entender como a inovação pode otimizar a eficiência, reduzir custos e elevar a qualidade dos produtos ou serviços. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

12. 12. A empresa implementa novos processos operacionais e realiza melhorias significativas nos processos existentes. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkJTZUYQ5jOyMkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

6/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

13. 13. A empresa implementa automatização de seus processos. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

14. 14. A empresa adota novas tecnologias que buscam a eficiência operacional. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL:** Nesta seção, o foco está nas mudanças na estrutura e na cultura organizacional que promovem um ambiente favorável à inovação. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOyMkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

7/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

15. 15. A empresa apresenta novas formas de organização interna, como gerenciamento ou estruturas de controle. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

16. 16. A empresa implementa novos métodos de gestão. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

17. 17. A empresa oferece possibilidade de treinamento e capacitação de funcionários. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO EM MARKETING:** Nesta seção, o foco está nas estratégias inovadoras de marketing utilizadas pelas empresas para se destacar no mercado. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOyMkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

8/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

18. 18. A empresa utiliza novos métodos de marketing, como campanhas ou canais de promoção. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

19. 19. A empresa apresenta serviços novos ou melhorados. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

20. 20. A empresa busca a diferenciação de produtos. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

9/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

21. 21. A empresa se preocupa com a gestão da experiência do cliente. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

### PERFIL DO GESTOR

Nesta seção o objetivo é identificar o perfil dos gestores e suas competências.

22. 22. Qual é a sua idade? \*

\_\_\_\_\_

23. 23. Qual é o seu nível de escolaridade? \*

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Fundamental  
 Ensino Médio  
 Ensino Superior  
 Pós-graduação  
 Outros

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

10/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

24. 24. Qual é sua formação profissional? \*

---

25. 25. Qual o cargo que você ocupa? \*

---

26. 26. Na sua empresa, existe algum profissional formado em Turismo ocupando cargos de gerência ou liderança em sua empresa? \*

*Marcar apenas uma oval.* Sim Não

27. 27. Qual o cargo que o profissional formado em Turismo ocupa? \*

---

**PERFIL DA EMPRESA**

Nesta seção o objetivo é identificar o perfil da sua empresa.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAktZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDQGullg/edit?pli=1>

11/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

28. 26. Qual setor empresarial do turismo que você atua? \*

*Marcar apenas uma oval.* Meios de Hospedagem Organizadora de Eventos Agências de Turismo Transportadora Turística Operadora Turística Outros

29. 27. Qual é o tipo da empresa? \*

*Marcar apenas uma oval.* Micro e Pequeno porte (de acordo com o Estatuto da Micro e Pequena Empresa) Médio Grande

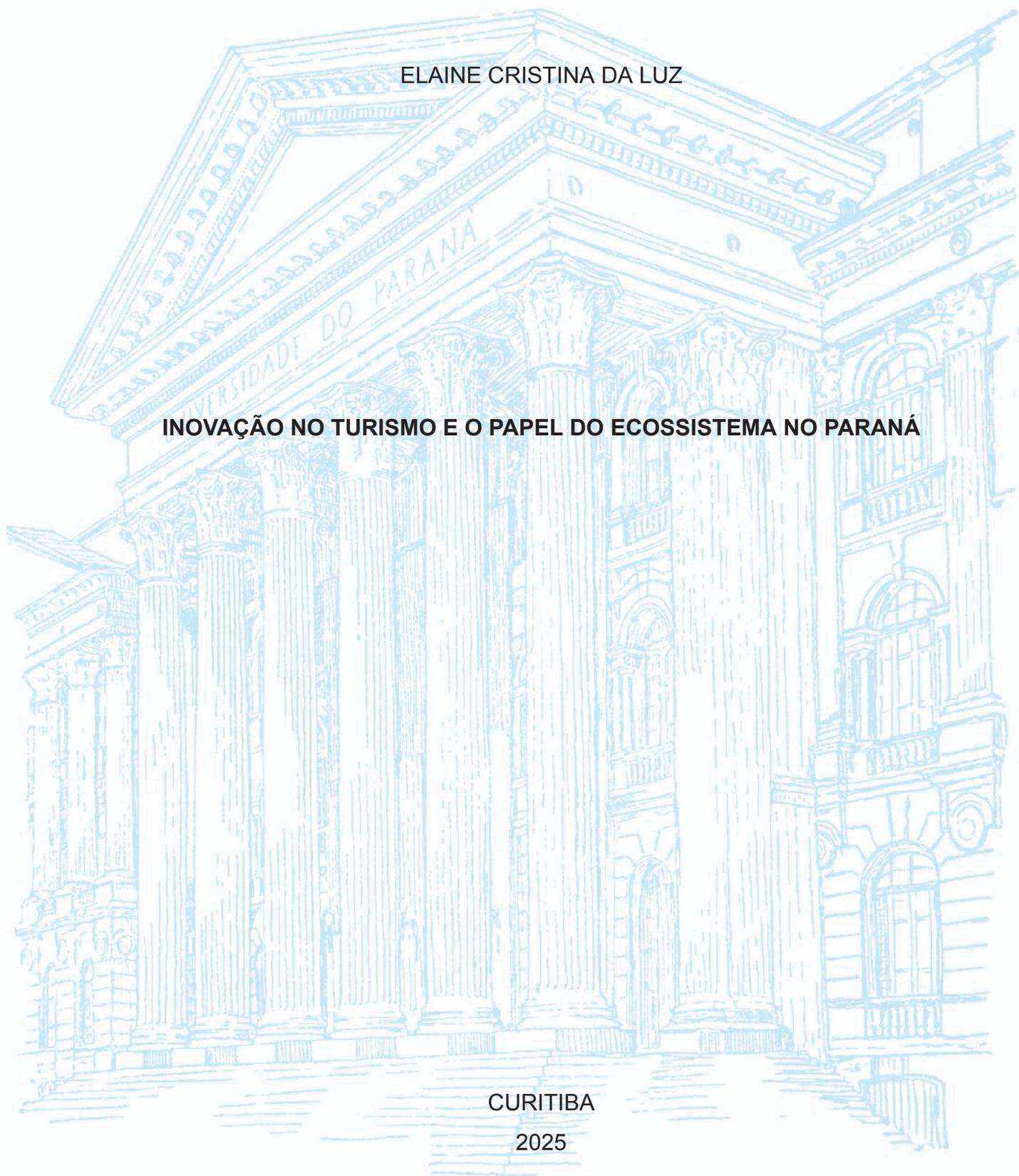
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ELAINE CRISTINA DA LUZ

**INOVAÇÃO NO TURISMO E O PAPEL DO ECOSISTEMA NO PARANÁ**

CURITIBA

2025



ELAINE CRISTINA DA LUZ

**INOVAÇÃO NO TURISMO E O PAPEL DO ECOSISTEMA NO PARANÁ**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Turismo, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Turismo..

Orientador(a): Prof(a). Dr(a).Thays Cristina Domareski Ruiz

CURITIBA

2025



## ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRA EM TURISMO

No dia vinte e cinco de março de dois mil e vinte e cinco às 14:00 horas, na sala 316 e [https://teams.microsoft.com/join/19%3ameeting\\_ZDdhMDIhY2EtNDE4MS00OWU3LWE0ODAtNDdmOWIxZjQwNTg1%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22c37b37a3-e9e2-42f9-bc67-4b9b738e1df0%22%2c%22Oid%22%3a%222b41cd65-725f-4392-a421-c6ac631413fa%22%7d](https://teams.microsoft.com/join/19%3ameeting_ZDdhMDIhY2EtNDE4MS00OWU3LWE0ODAtNDdmOWIxZjQwNTg1%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22c37b37a3-e9e2-42f9-bc67-4b9b738e1df0%22%2c%22Oid%22%3a%222b41cd65-725f-4392-a421-c6ac631413fa%22%7d), Campus Rebouças e TEAMS, foram instaladas as atividades pertinentes ao rito de defesa de dissertação da mestranda **ELAINE CRISTINA DA LUZ**, intitulada: **Inovação no Turismo e o Papel do Ecossistema no Paraná**, sob orientação da Profa. Dra. THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ. A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Membros: THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE), THAMIRES FOLETTO FIUZA (UNIVERSIDADE PORTUCALENSE), JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ). A presidência iniciou os ritos definidos pelo Colegiado do Programa e, após exarados os pareceres dos membros do comitê examinador e da respectiva contra argumentação, ocorreu a leitura do parecer final da banca examinadora, que decidiu pela APROVAÇÃO. Este resultado deverá ser homologado pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais definidos pelo programa. A outorga de título de mestra está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão Examinadora.

Curitiba, 25 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 10:45:45.0

THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

28/03/2025 15:26:25.0

LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE)

Assinatura Eletrônica

18/04/2025 10:10:45.0

THAMIRES FOLETTO FIUZA

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE PORTUCALENSE)

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 20:17:25.0

JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)



## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação TURISMO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **ELAINE CRISTINA DA LUZ**, intitulada: **Inovação no Turismo e o Papel do Ecossistema no Paraná**, sob orientação da Profa. Dra. THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestra está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 25 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 10:45:45.0

THAYS CRISTINA DOMARESKI RUIZ  
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

28/03/2025 15:26:25.0

LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO  
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE)

Assinatura Eletrônica

18/04/2025 10:10:45.0

THAMIRES FOLETTO FIUZA  
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE PORTUCALENSE)

Assinatura Eletrônica

26/03/2025 20:17:25.0

JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA  
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SISTEMA DE BIBLIOTECAS – BIBLIOTECA DO CAMPUS REBOUÇAS

Luz, Elaine Cristina da.

Inovação no Turismo e o papel do ecossistema no Paraná / Elaine  
Cristina da Luz – Curitiba, 2025.

1 recurso on-line : PDF.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de  
Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Turismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Thays Cristina Domareski Ruiz

1. Turismo – Estudo e ensino. 2. Turismo – Administração. 3. Turismo  
– Inovações tecnológicas. 4. Turismo – Planejamento. 5. Turismo –  
Paraná.. I. Universidade Federal do Paraná. II. Programa de Pós-  
Graduação em Educação. III. Título.

## DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação a **Deus**, por ser minha força e guia em todos os momentos; à **Ursa**, a minha cachorrinha que tanto me acolheu nessa etapa, à minha orientadora, **Thays, (e também ao Léo e Ale)**, pelo apoio, paciência e incentivo ao longo desta jornada; aos meus **Pais**, que, mesmo ausentes, permanecem vivos em minha memória e em cada conquista; ao **Paulo Angeli e sua família**, pelo apoio e pelas oportunidades que tornaram este caminho mais significativo; e aos meus **amigos**, por estarem sempre ao meu lado, compartilhando desafios, vitórias e momentos inesquecíveis. A todos vocês, minha eterna gratidão.

## AGRADECIMENTOS

Concluir esta dissertação é muito mais do que encerrar uma etapa acadêmica; é comemorar uma jornada cheia de desafios, aprendizados e, principalmente, de conexões que marcaram minha vida de maneira única.

Primeiramente, agradeço a **Deus** pois tudo é honra a ele. Expresso também minha mais profunda gratidão à minha orientadora e amiga, **Thays Domareski Ruiz**, pelo apoio, orientação e amizade ao longo desta jornada. Seu incentivo foi essencial para que eu chegasse até aqui. Uma inspiração de mulher, mãe, esposa e profissional. Muito orgulho do que foi construído.

Aos professores do programa, meu sincero agradecimento por todo conhecimento compartilhado e pela dedicação durante o mestrado. A **Melise** pelo seu acompanhamento, direcionamento e apoio, fez toda diferença.

Ao meu irmão mais velho, **Peter** e minha cunhada **Kelly** (e os meus sobrinhos) que me apoiaram mesmo à distância. A minha madrinha **Angela** que se faz presente e sempre apoia. Ao sempre boss **Paulo Angeli, Mira Angeli e a Mayara Angeli**, que são verdadeiros espelhos e inspirações, minha admiração e reconhecimento pelo apoio inestimável durante este percurso.

Aos meus amigos de Foz do Iguaçu, que, mesmo à distância, sempre fazem questão de estar presentes e, em especial, àqueles que se deslocaram para acompanhar minha apresentação, saibam que esse gesto tem um significado imenso para mim. Um agradecimento especial à **Renata Sakamoto**, por sua presença e apoio, e à **Cris Santos**, porque é incrível ter alguém como ela na vida – sua presença torna Curitiba mais leve e especial.

À minha querida amiga **Fabienne** e família, que me acolheu desde minha chegada a Curitiba e me recebeu como família, meu carinho e gratidão por todo incentivo e apoio. Às minhas amigas, colegas **Andreza e Kyloren**, com quem compartilhei não apenas um lar, mas também desafios, conquistas e aprendizados, sou imensamente grata por nossa convivência e amizade.

Aos meus colegas de mestrado e aos amigos que fiz ao longo dessa caminhada (**Letícia, Marco Abbonizio e Patrícia**) meu muito obrigado por cada momento compartilhado. Esta jornada não foi fácil, mas ter pessoas tão especiais ao meu lado tornou tudo mais significativo.

"Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos"  
(Provérbios 16:3)

## RESUMO

A inovação é um fator fundamental para o desenvolvimento do turismo e pode ocorrer de diversas formas, em serviços, como na introdução de novos produtos, processos de produção, métodos de comercialização, entre outros. O interesse pela inovação abrange uma variedade de setores, tanto no mercado quanto na academia. Nesse contexto, a problemática deste trabalho é como o processo de inovação pode contribuir para a gestão do turismo. Dessa forma, o objetivo desta dissertação foi reconhecer o papel da inovação no e a sua contribuição para o ecossistema do turismo. A metodologia utilizada foi um estudo exploratório e descritivo de abordagem qualitativa e quantitativa. A dissertação foi desenvolvida no formato multipaper, com a produção de três estudos. O objetivo do primeiro artigo foi compreender a inovação no turismo e foi feita uma pesquisa exploratória com etapas bibliográfica, bibliométrica e sistemática sobre os construtos de inovação e turismo. Como resultados, no cenário do turismo, a inovação é trabalhada junto a diversos temas: sustentabilidade, serviços, gestão, experiência, tecnologia, processo e educação. Fica evidente a condicionante da colaboração entre os construtos de turismo e inovação. Além disso, a análise por meio do software VOSviewer destaca a interconexão entre termos como "sustentabilidade", "tecnologia", "desenvolvimento econômico", "destinos turísticos", revelando a natureza multidimensional da inovação no turismo. O segundo artigo mapeou o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná. A pesquisa utilizou uma metodologia exploratória de abordagem qualitativa, composta por 06 entrevistas, baseada em análise bibliográfica e documental se configurando em um estudo de caso. O mapeamento evidenciou a relevância de compreender as interconexões entre os participantes, bem como as capacidades organizacionais necessárias para fomentar práticas inovadoras. Como resultado foi possível identificar setores em que a inovação é percebida no Estado e como estão sendo desenvolvidas as estratégias. O terceiro artigo buscou identificar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo. A metodologia da pesquisa é de caráter exploratório e abordagem quantitativa. Foram realizados o levantamento das variáveis, o pré-teste do questionário com especialistas e a coleta de dados com gestores de empresas do setor de turismo do Paraná. A amostra foi não-probabilística e coletada por conveniência, alcançando o total de 136 respostas por meio de formulário eletrônico desenvolvido no Google Formulários. Foram utilizadas a estatística descritiva e a análise fatorial exploratória para testar as dimensões, essas etapas foram realizadas no software SPSS. Os resultados indicam que três dimensões explicam a Inovação no Turismo do Paraná - inovação no turismo, colaboração e parcerias, inovação em softwares. As contribuições desta pesquisa possibilitam entender como a inovação é aplicada no turismo, desde o desenvolvimento de novos produtos e serviços até a transformação dos modelos de negócios e a gestão estratégica dos destinos. Como contribuição teórica o principal resultado foi a constatação de que o processo colaborativo é fundamental para estabelecer parcerias e práticas inovadoras que irão transformar o turismo. Como contribuição prática fornece insights estratégicos sobre a gestão da inovação no turismo e revela uma fragilidade no setor, no cenário das *startups* do Paraná, configurando o turismo na categoria "outros", não ocupando lugar de destaque na tomada de decisão do processo.

**Palavras-chaves:** turismo, inovação, ecossistema, tecnologia, mensuração, Paraná.

## ABSTRACT

Innovation is a key factor for the development of tourism and can manifest in various forms, including services, the introduction of new products, production processes, marketing methods, among others. The interest in innovation spans multiple sectors, both in the market and in academia. In this context, the central research question of this study is how the innovation process can contribute to tourism management. Accordingly, the objective of this dissertation was to recognize the role of innovation and its contribution to the tourism ecosystem. The methodology employed was an exploratory and descriptive study with both qualitative and quantitative approaches. The dissertation was developed in a multipaper format, comprising three individual studies. The aim of the first article was to understand innovation in tourism through an exploratory study consisting of bibliographic, bibliometric, and systematic reviews of the constructs of innovation and tourism. The findings reveal that, in the tourism context, innovation is addressed alongside themes such as sustainability, services, management, experience, technology, process, and education. The analysis highlights the essential role of collaboration between the constructs of tourism and innovation. Additionally, the VOSviewer software revealed the interconnection of terms such as "sustainability", "technology", "economic development", and "tourist destinations", underscoring the multidimensional nature of innovation in tourism. The second article mapped the innovation ecosystem in the tourism sector of Paraná, Brazil. The research adopted an exploratory, qualitative methodology, consisting of six interviews and supported by bibliographic and documentary analysis, thereby constituting a case study. The mapping emphasized the importance of understanding the interconnections among stakeholders, as well as the organizational capabilities required to foster innovative practices. The findings made it possible to identify sectors in which innovation is perceived in the state and the strategies being developed. The third article aimed to identify the dimensions of innovation applied to tourism. The research methodology was exploratory with a quantitative approach. It involved the identification of variables, a pre-test of the questionnaire with experts, and data collection from managers of tourism companies in Paraná. The sample was non-probabilistic and collected by convenience, resulting in 136 responses through a Google Forms survey. Descriptive statistics and exploratory factor analysis were conducted to test the dimension matrix, using SPSS software. The results indicate that three dimensions explain innovation in tourism in Paraná: innovation in tourism, collaboration and partnerships, and software innovation. The contributions of this research provide insights into how innovation is applied in tourism - from the development of new products and services to the transformation of business models and strategic destination management. The main theoretical contribution lies in the recognition that collaborative processes are fundamental for establishing partnerships and innovative practices that can transform tourism. From a practical standpoint, the study offers strategic insights into innovation management in tourism and reveals a weakness in the sector: in the startup ecosystem of Paraná, tourism is categorized under "others", not occupying a prominent position in decision-making processes.

**Keywords:** tourism, innovation, ecosystem, technology, measurement, Paraná.

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1: PERFIL DOS GESTORES ENTREVISTADOS.....	85
TABELA 2: PERFIL DE CARGOS E TIPO DE EMPRESA.....	86
TABELA 3: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS.....	88
TABELA 4: ANÁLISE DOS COMPONENTES PRINCIPAIS.....	90
TABELA 5: MATRIZ PADRÃO E DA CONFIABILIDADE DO ALFA CRONBACH.....	92
TABELA 6: MATRIZ DE CORRELAÇÕES DAS DIMENSÕES.....	96

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: METODOLOGIA DA PESQUISA COM USO DO <i>SOFTWARE PARSIFAL</i> E <i>VOSVIEWER</i> .....	32
FIGURA 2: ANÁLISE DE CLUSTERS SOBRE TURISMO E INOVAÇÃO .....	33
FIGURA 3: RELAÇÃO ENTRE O TURISMO E INOVAÇÃO .....	40
FIGURA 4: RESUMO DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	56
FIGURA 5: MAPA DO PARANÁ COM OS <i>HUBS</i> SELECIONADO POR REGIÃO...61	
FIGURA 6: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	76
FIGURA 7: ETAPAS <i>SOFTWARE SPSS</i> .....	78

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: SÍNTESE DE ESTUDOS .....	22
QUADRO 2: PANORAMA DA APLICAÇÃO DE INOVAÇÃO NO TURISMO.....	37
QUADRO 3: CATEGORIZAÇÃO DAS AMOSTRAS.....	55
QUADRO 4: <i>HUBS</i> DE INOVAÇÃO COM AÇÕES PARA O TURISMO.....	59
QUADRO 5: VARIÁVEIS QUE COMPÕEM A ESCALA DE AVALIAÇÃO DAS INOVAÇÕES.....	81

## LISTA DE SIGLAS

CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

CEO - CHIEF EXECUTIVE OFFICER

DMO - DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION

DTI - DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA

IoT - INTERNET DAS COISAS

KMO - KAISER-MEYER-OLKIN

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS

ONU TURISMO - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO

OTA - ONLINE TRAVEL AGENCY

PARSIFAL - PERFORM SYSTEMATIC LITERATURE REVIEWS

SCOPUS - BASE DE DADOS DE RESUMOS E CITAÇÕES DE ARTIGOS

SSPS - STATISTICAL PACKAGE FOR THE SOCIAL SCIENCES

TIC - TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

VOSVIEWER - VISUALIZING SCIENTIFIC LANDSCAPES

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO DA DISSERTAÇÃO.....</b>	<b>16</b>
1.1 OBJETIVO GERAL.....	21
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	21
<b>2. METODOLOGIA DA DISSERTAÇÃO.....</b>	<b>23</b>
<b>3. ESTUDO 1 - A RELAÇÃO DA INOVAÇÃO NO TURISMO: EXPLORANDO NOVAS PERSPECTIVAS.....</b>	<b>26</b>
3.1 RESUMO.....	26
3.2 INTRODUÇÃO.....	26
3.3 INOVAÇÃO E TURISMO.....	28
3.4 METODOLOGIA.....	31
3.5 RESULTADOS.....	33
3.5.1 RESULTADO ETAPA BIBLIOMÉTRICA (VOSVIEWER).....	33
3.5.2 RESULTADO DA REVISÃO SISTEMÁTICA.....	37
3.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
3.7 REFERÊNCIAS.....	43
<b>4. ESTUDO 2 - ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO: O CASO DO TURISMO NO PARANÁ.....</b>	<b>50</b>
4.1 RESUMO.....	50
4.2 INTRODUÇÃO.....	50
4.3 ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO NO TURISMO.....	52
4.4 METODOLOGIA.....	54
4.5 RESULTADOS.....	56
4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
4.7 REFERÊNCIAS.....	65
<b>5. ESTUDO 3 - DIMENSÕES DA INOVAÇÃO NO TURISMO DO PARANÁ.....</b>	<b>69</b>
5.1 RESUMO.....	69
5.2 INTRODUÇÃO.....	69
5.3 INOVAÇÃO NO TURISMO.....	72
5.4 METODOLOGIA.....	76
5.5 RESULTADOS.....	84
5.5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	84
5.7 REFERÊNCIAS.....	99
<b>6. CONSIDERAÇÕES DA DISSERTAÇÃO.....</b>	<b>103</b>
<b>7. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>106</b>
<b>APÊNDICE 1.....</b>	<b>120</b>
<b>APÊNDICE 2 .....</b>	<b>124</b>

## 1. INTRODUÇÃO DA DISSERTAÇÃO

O turismo é uma das atividades que mais cresce no mundo e desempenha um papel importante no desenvolvimento econômico dos destinos turísticos (AKHTAR; ANJUM, 2022). O setor do turismo tem passado por um notório processo de globalização (HJALAGER, 2007; BUHALIS; LAW, 2008; BUHALIS, 2020). O aumento da competitividade e as rápidas transformações das organizações turísticas têm gerado pressões para que elas inovem e para que estabeleçam novas configurações organizacionais, tais como alianças e redes.

O turismo contribui para vários aspectos da economia, tais como: receitas em divisas, emprego, geração de rendimentos, desenvolvimento regional (MADHUMINI, 2024). À medida que a concorrência global se intensifica, a inovação torna-se um fator importante no desenvolvimento e no crescimento do setor. O turismo tem estado inevitavelmente associado ao desenvolvimento de novas tecnologias e renovado por inovações organizacionais e estruturais (HJALAGER, 2015; HALL; WILLIAMS, 2020).

O avanço das tecnologias na indústria trouxe mudanças para a produção. Energia a vapor e produção mecânica na Primeira Revolução Industrial; eletricidade e produção em massa na Segunda Revolução Industrial; desenvolvimento da automação dos processos de fabricação com o uso de tecnologia da informação (TI) na Terceira Revolução Industrial. A Quarta Revolução é impulsionada pelas tendências de conectividade, materiais avançados que permitem o desenvolvimento de novos sensores, tecnologia de processamento mais rápido, redes de produção avançadas, redes de dispositivos de fabricação e controlados por computadores, permitindo uma interação entre o real e o virtual de maneira muito mais integrada (STEVAN; LEME; SANTOS, 2018).

A tecnologia é uma forma de conhecimento codificado que teve impactos substanciais a longo prazo na estrutura e nas operações do turismo, como exemplificado pela conceitualização de uma onda de mudanças tecnológicas na economia global. A mudança tecnológica acelerou nas últimas décadas, embora isto não deva subestimar a importância para o turismo de mudanças tecnológicas anteriores, como a ferrovia, o motor de combustão interna e os motores a jato (HALL; WILLIAMS, 2019).

O rápido desenvolvimento da tecnologia desempenha um papel no

desenvolvimento do turismo, na recuperação do turismo e na adaptação às novas necessidades dos turistas (ILIEVA; PETROVA; TODOROVA, 2023). A evolução da Internet e da tecnologia de informação e comunicação - (TIC) transformou o mercado das viagens, o turismo (XIANG *et al.*, 2015; LEUNG, 2019; SOARES, MENDES-FILHO; GRETZEL, 2021; BUHALIS; LAW, 2008) e a forma como os turistas vivem vários tipos de experiências (SOLIMAN, CARDOSO, ALMEIDA, ARAÚJO; ARAÚJO VILA, 2021).

Os avanços tecnológicos proporcionaram evolução quanto ao acesso à informação, ou seja, às TIC. Evidencia-se um novo momento tecnológico, pois a ampliação das possibilidades de comunicação e de informação através de equipamentos como o smartphone, a televisão (*streaming*) e o computador, tem alterado a forma de viver e de aprender. Tecnologias como computação em nuvem, *big data*, Sistema de Posicionamento Global (GPS) e internet das coisas têm sido usadas para gerir melhor os destinos turísticos, já que permitem captar dados dos turistas (BOES, BUHALIS; INVERSINI, 2016; MENDES FILHO, SILVA; SILVA, 2019; KENSKI, 2010).

O setor de turismo incorpora a tecnologia em seus diversos segmentos visando fornecer informações confiáveis e precisas, e seu crescimento depende da capacidade de inovar e utilizar a tecnologia para melhorar a gestão, o desenvolvimento de novos produtos e serviços, a comunicação, aperfeiçoamento e otimização das experiências do atendimento (STANDING *et al.* 2014; GUIMARÃES; BORGES, 2008).

De acordo com Femenia-Serra *et al.* (2019), todas as etapas da jornada turística são mediadas por tecnologia modificando permanentemente a relação com os turistas e as cadeias de valor do turismo. Deste modo, a incorporação de tais tecnologias possibilitam gerar eficiência na gestão do destino e oferecer experiências diferenciadas para o visitante.

A crescente integração entre tecnologia e turismo tem impulsionado transformações significativas nos destinos, configurando novos modelos de gestão e experiências baseadas na inovação. Como apontam Buhalis e Amaranggana (2022), os destinos turísticos inteligentes representam uma evolução estratégica ao incorporarem tecnologias digitais para promover inovação, sustentabilidade e competitividade. Nesse cenário, a inovação emerge como eixo estruturante para

adaptar os destinos às novas demandas e dinâmicas do mercado, sendo impulsionada por dados, conectividade e soluções tecnológicas. Essa perspectiva tecnológica reforça a compreensão da inovação como um processo dinâmico e sistêmico, como já proposto por Schumpeter (1954), ao destacar seu papel transformador nas estruturas econômicas e produtivas.

Schumpeter (1954) enfatiza a importância da inovação na transformação dos processos produtivos e da economia como um todo. Ele destaca que a inovação não se limita apenas a criar algo novo, mas sim a transformar fundamentalmente a forma como as coisas são feitas, gerando novas oportunidades e desafios para as empresas e a sociedade.

De acordo com Simantob e Lippi (2003), a capacidade de inovar envolve estratégia, processos, cultura e clima organizacional, desde inovações incrementais em produtos e serviços até inovações que melhoram a competitividade e, assim, decidir inovar. É necessário compreender que a inovação não deve ser tratada como um evento isolado, mas como um processo que precisa ser gerenciado.

A inovação é a introdução de um novo bem ou método de produção, a abertura de um novo mercado, a conquista de uma nova fonte de suprimento de matérias-primas ou de produtos semi-manufaturados, a realização de uma nova organização de qualquer indústria (SCHUMPETER, 1942). Ela pode estar relacionada a novos produtos, serviços, processos, tecnologias, modelos de negócios ou até mesmo novas formas de organização e governança. A inovação vem sendo debatida por diversos pesquisadores (AIRES; BRANDÃO, 2022).

As inovações tecnológicas fomentaram o desenvolvimento e a competitividade do turismo (BUHALIS, 2000). Para os destinos, a tecnologia torna-se fonte de inovação e competitividade através da interação e engajamento entre os turistas e o destino, modificando a experiência turística (MENDES-FILHO *et al.* 2019).

Estudar a inovação no turismo é de extrema relevância para identificar práticas que possam ser replicadas e adaptadas em diferentes contextos, promovendo assim o desenvolvimento sustentável e competitivo do setor. Além disso, a compreensão da dinâmica da inovação pode ajudar os decisores políticos e os gestores a criar um ambiente propício à inovação e a incentivar a colaboração e a partilha de conhecimentos entre vários intervenientes (HALL; WILLIAMS, 2008;

HJALAGER, 2013; SOUZA *et al.*, 2017).

Estudos recentes destacam que a inovação pode manifestar-se de diversas formas, abrangendo desde tecnologias emergentes até práticas organizacionais e devido a isso, há crescimento significativo nos estudos sobre inovação em serviços turísticos (CARDOSO *et al.*, 2023).

A literatura na área do turismo tem destacado o desenvolvimento de estratégias de inovação mais ou menos complexas, através de inovação tecnológica ou não tecnológica, nesse contexto, o tema da inovação tem adquirido crescente relevância sobre turismo nas últimas duas décadas. A inovação é trabalhada junto à diversos temas como por exemplo: o estudo sobre inovação do turismo de forma geral, (HJALAGER, 2010; AIRES; BRANDÃO, 2022), o comportamento inovador das empresas (SUNDBO; ORFILA-SINTES; SØRENSEN, 2007) a sustentabilidade (JAYAWARDENA, 2019; YIN *et al.*, 2020; KOKOTOVICH *et al.*, 2021), ecossistema de inovação (FILIPPOPOULOS; FOTOPOULOS, 2022), agências de viagens (KUSS; MEDAGLIA, 2022), gestores de artesanatos e restauração (RODRIGUES; ANJOS, 2016), empreendedorismo hoteleiro (NORDLI, 2017), uso da inteligência artificial (IA) em diversas aplicações de mercado, como na previsão de demanda, análise de *big data*, automação, robótica na hotelaria (KIRTIL; AŞKUN, 2021) e no planejamento de viagens (XIANG; GRETZEL, 2010).

Assim, a tecnologia e a inovação tem papel fundamental na facilitação do desenvolvimento turístico, transformando as interações entre destinos, empresas e viajantes. O uso de TIC permite a personalização das experiências, os avanços como *big data* e realidade aumentada envolvem estratégias mais eficazes na promoção turística (LI *et al.*, 2018; OLIVEIRA; CORREA, 2017). Além disso, conceitos como turismo inteligente e destinos turísticos inteligentes (MEHRALIYEV *et al.*, 2020) reforçam a necessidade de compreender e aplicar essas inovações. Além de contribuir para a gestão e o planejamento de destinos, tais transformações tecnológicas colaboram com a competitividade do setor em um contexto globalizado. Estudos sobre realidade aumentada e gamificação (WADA; CAMARGO, 2016) e recursos móveis (DORCIC *et al.*, 2018) argumentam como a inovação abre novos cenários para engajar visitantes e racionalizar recursos. Portanto, a análise de tais interações é crucial para a promoção do turismo sustentável e inteligente.

Apesar da existência de vários estudos nesta área de investigação de

estratégias de inovação no turismo, ainda são poucos os estudos que exploram as relações e variações das práticas de inovação em relação aos modelos de negócios e de competitividade regional (ABREU NOVAIS *et al.*, 2018; DIVISEKERA; NGUYEN, 2018; RODRÍGUEZ *et al.*, 2014). A inovação é considerada um fator crítico dos destinos turísticos face à concorrência e este é um dos determinantes sociais e econômicos da procura de mercado (ZACH; HILL, 2017). Os produtos turísticos, por exemplo, são elementos chave que atraem turistas para destinos específicos. A diversificação, a intensificação e a combinação destes produtos podem ser cruciais para a competitividade das empresas e para o desenvolvimento sustentável das regiões (BENUR; BRAMWELL, 2015).

O ecossistema de inovação cria um ambiente favorável para o surgimento de novas ideias, produtos e serviços, reduzindo barreiras à inovação e estimulando a troca de conhecimento entre diferentes setores (AUDRETSCH; BELITSKI, 2017). Além disso, a presença de infraestruturas adequadas, como incubadoras, aceleradoras e parques tecnológicos, fortalece o empreendedorismo inovador e aumenta o número de *startups* e empresas emergentes (ISENBERG, 2010).

A importância dos ecossistemas de inovação também se reflete na capacidade de adaptação das regiões a mudanças tecnológicas e de mercado. Estudos apontam que ecossistemas bem estruturados tendem a gerar um maior impacto econômico e social, pois facilitam a difusão do conhecimento e a cooperação entre agentes inovadores (AUTIO *et al.*, 2017). Além disso, a diversidade de atores e a interdisciplinaridade presentes nesses ambientes favorecem a criação de soluções inovadoras para desafios globais, como sustentabilidade e transformação digital (CARAYANNIS; CAMPBELL, 2009).

Dentro desse contexto, a construção de um ecossistema de inovação no turismo exige a colaboração entre diferentes atores, como governo, universidades, empresas e *startups*. Esse ambiente de cooperação impulsiona o desenvolvimento de soluções criativas para os desafios do setor, além de gerar novos modelos de negócios e práticas mais sustentáveis. No Paraná, iniciativas voltadas para a inovação têm se destacado, demonstrando o potencial do Estado em se tornar uma referência no turismo inovador e competitivo, por conta da sua diversidade territorial, cultural e econômica. Oferece um ambiente propício para analisar como a inovação pode impulsionar o setor, desde o turismo rural até as experiências urbanas

inovadoras (IPARDES, 2024). A diversidade de destinos turísticos, como Foz do Iguaçu, Curitiba e o Litoral, permite examinar diferentes estágios de desenvolvimento e a implementação de estratégias inovadoras. Políticas públicas de incentivo, parcerias entre setor público e privado e a digitalização de serviços turísticos são aspectos fundamentais na construção de um ecossistema inovador, promovendo sustentabilidade e competitividade.

O turismo é um setor altamente dinâmico e multifacetado, exigindo uma abordagem complexa para a implementação da inovação. A diversidade de segmentos, públicos e territórios torna necessária a adoção de estratégias específicas que atendam às particularidades de cada contexto. A inovação pode se manifestar de diferentes formas, desde novos modelos de negócios até a incorporação de tecnologias emergentes, passando pela requalificação de espaços e criação de experiências diferenciadas. No entanto, sem um modelo estruturado para analisar essas iniciativas, a mensuração do impacto e da efetividade das inovações no setor pode se tornar um desafio.

Diante desse cenário, a identificação das dimensões da inovação aplicada ao turismo surge como uma ferramenta essencial para compreender e avaliar a complexidade desse processo. Dimensões específicas para o setor permite categorizar e analisar as inovações de forma sistemática, considerando aspectos como tecnologia, sustentabilidade, experiência do visitante, gestão e governança. A mensuração da inovação no turismo é essencial para avaliar o impacto das transformações no setor e fornecer diretrizes para a tomada de decisão. E permite identificar lacunas e oportunidades dentro do ecossistema turístico, possibilitando ajustes estratégicos para maximizar os benefícios das iniciativas inovadoras.

Dessa forma, reconhecer o papel da inovação e sua contribuição para o ecossistema do turismo torna-se relevante tanto do ponto de vista acadêmico quanto para a formulação de políticas públicas e estratégias de mercado. Para compreender essa dinâmica, a dissertação foi construída com base no modelo multipaper do Programa de Pós-Graduação em Turismo, da Universidade Federal do Paraná, e será apresentada em três estudos (Quadro 1), com abordagens complementares. A problemática deste trabalho reside em como o processo de inovação pode contribuir para a gestão ou ecossistema do turismo?

## 1.1 OBJETIVO GERAL

- Reconhecer o papel da inovação e a sua contribuição para o ecossistema do turismo.

## 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender a inovação no turismo;
- Mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná;
- Identificar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo.

## 1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A dissertação está dividida entre os capítulos com introdução, metodologia, estrutura e considerações finais da dissertação. Está dividida em estudo 1, estudo 2 e estudo 3. Cada um destes capítulos conta com seus subcapítulos de desenvolvimento do estudo, respondendo a um objetivo específico relacionado. Na penúltima seção as considerações finais do trabalho. O Quadro 01 apresenta uma síntese dos três estudos que compõem essa dissertação.

Quadro 1: Síntese dos Estudos

	Estudo 1.	Estudo 2.	Estudo 3.
Título	A Relação da Inovação no Turismo: Explorando novas perspectivas	Ecossistema de Inovação do Turismo: O Caso do Paraná	Dimensões da Inovação no Turismo do Paraná
Objetivo	Compreender a inovação no turismo;	Mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná;	Identificar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo.
Metodologia	Pesquisa Exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa, bibliográfica, bibliométrica e sistemática.	Estudo exploratório Análise documental e estudo de caso.	Pesquisa quantitativa; análise fatorial exploratória.

<b>Contribuições teórico-práticas</b>	Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa ao explorar a relação entre inovação e turismo. Esta colaboração é necessária para o desenvolvimento e o aprimoramento dos destinos turísticos, em que a inovação no turismo está diretamente ligada à sustentabilidade e na para adaptação do setor em um ambiente competitivo.	Este estudo oferece uma discussão sobre o ecossistema de inovação no turismo no contexto do Paraná. Além disso, fornece a perspectiva nas entrevistas e na base teórica sobre a integração e da parceria para fomentar práticas inovadoras e também de consolidar o turismo como um setor estratégico.	O estudo contribui no desenvolvimento de um modelo de mensuração da inovação no turismo, auxiliando gestores na tomada de decisão e promovendo a competitividade do setor.
<b>Journals</b>	Revista Investigaciones Turísticas	Revista Brasileira de Inovação (Unicamp)	Revista Tourism Management Perspectives

Fonte: Elaboração própria , 2025

## 2. METODOLOGIA DA DISSERTAÇÃO

A epistemologia, como estudo do conhecimento, pode ser abordada e estudada de diferentes formas. O turismo é um fenômeno complexo em que dados, informações e conhecimentos, de e sobre os turistas, são a base essencial para a competitividade e inovações dos destinos (JAFARI, 2001; HJALAGER; NORDIN, 2011), onde os turistas desempenham um papel importante como fonte chave de conhecimento (HALL; WILLIAMS, 2008). As abordagens acadêmicas sobre o turismo e sua história, seu conceito tem sido, através dos tempos, tratado de forma disciplinar, multidisciplinar e, recentemente, transdisciplinar ou até mesmo transversal (SANTOS; CROTTI, 2023).

A construção do conhecimento científico pressupõe a compreensão de estudos anteriores que servem como base para as pesquisas atuais, como a que se segue. Revisar o que já foi produzido sobre um determinado tema é uma tarefa essencial em qualquer produção científica. O pesquisador que deseja contribuir para o entendimento de um fenômeno social ou comportamental deve, primeiramente, conhecer o que já foi descoberto sobre o tema, o nível de certeza dessas descobertas e o que ainda permanece sem explicação (COPPER, 2017).

Ao longo dos anos, os conceitos de viagem, turismo e turista foram sendo discutidas conforme os contextos em que surgiram, refletindo-se na produção de conhecimento científico. Essa troca constante entre o mercado e a academia na formulação de conceitos e teorias é um processo contínuo que sustenta o avanço do saber científico (SANTOS; CROTTI, 2023).

O positivismo está fundamentado na ideia de que o conhecimento científico é a única forma de conhecimento verdadeiro. De acordo com os pensadores positivistas, somente se pode afirmar que uma teoria é correta se ela for devidamente comprovada através de métodos científicos válidos (ARROXELAS GALVÃO *et al.*, 2016).

Esta pesquisa é do tipo exploratória e descritiva, cuja natureza pode ser classificada como aplicada, já que é dedicada à geração de conhecimento para a solução de problemas específicos. Ou seja, é dirigida à busca de *insights* para intervenções práticas em situações particulares (LAKATOS; MARCONI, 2020). A pesquisa utiliza fontes de dados primários e secundários. Quanto à abordagem, se define como uma pesquisa qualitativa e quantitativa.

Dessa forma, o primeiro artigo utilizou a pesquisa exploratória e descritiva de abordagem qualitativa e quantitativa descritiva. Com apoio do software Parsifal foi realizado o levantamento de dados bibliográficos na base de dados Scopus. Na sequência, uma análise bibliográfica e bibliométrica com o apoio do Vosviewer<sup>1</sup> e a sistematização da amostra. Para isso, foi escolhido o método de revisão sistemática, que auxilia na seleção de artigos para a construção do conhecimento teórico sobre determinado assunto. Segundo Kitchenham (2007), uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) é um tipo de revisão que coleta vários estudos de pesquisa e os resume para responder a uma pergunta de pesquisa usando métodos bem definidos. Através desse modelo de revisão pode-se apresentar uma avaliação mais precisa e confiável a respeito de um tema, permitindo assim, a reprodutibilidade dos resultados. Assim, a revisão sistemática de literatura desempenhou um papel fundamental na garantia da qualidade e relevância deste estudo, oferecendo uma base teórica sólida e revelando direções para pesquisas futuras e aplicações práticas. Na tentativa dessa mensuração mais efetiva, a ciência produz indicadores como os da abordagem bibliométrica, que surge como ferramenta poderosa na avaliação da produção científica em áreas do conhecimento objetivando o estudo de publicações e referências bibliográficas. A Bibliometria pode ser também conceituada como um método de recenseamento de atividades correlatas e científicas utilizando análise de dados com particularidades semelhantes ou iguais (PEREIRA, 2014). Este primeiro estudo buscou traçar um panorama dos construtos de inovação e turismo, por isso a escolha destas etapas.

Já no segundo artigo foi utilizado a pesquisa qualitativa, de caráter exploratório bibliográfico e principalmente documental, com o objetivo de mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná, sendo configurado em um estudo de caso. Os estudos de caso não buscam a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos, os resultados obtidos devem possibilitar a disseminação do conhecimento, por meio de possíveis generalizações ou proposições teóricas que possam surgir do estudo (YIN, 2001).

Segundo Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma investigação empírica de

---

<sup>1</sup> VOSviewer é um software para construção e visualização de mapas baseados em redes bibliométricas, ou seja, serve para quantificar e analisar literatura científica.

um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” Yin (2001) enfatiza ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados. Assim, esta abordagem é particularmente relevante para pesquisa que se concentra no mapeamento dos ecossistemas do Paraná.

O Paraná foi escolhido como objeto de estudo, por fazer parte do cenário e do mercado de trabalho da pesquisadora. Além de ter um papel importante tanto no cenário regional quanto nacional, como um Estado com influência econômica, ainda apresentou resultado superior de desempenho comparado a outros Estados brasileiros que já divulgaram suas variações de PIB no ano de 2023 (IPARDES, 2024). O segmento de Turismo do Paraná registrou um aumento de 12% em 2023, ficando como o terceiro melhor do Brasil (IPARDES, 2024). O turismo figura como setor de serviços sendo destaque para a economia do Estado, o que torna seus desenvolvimentos no setor de turismo e inovação relevantes para todo o Brasil.

O terceiro estudo apresentou uma metodologia da pesquisa de caráter exploratório e abordagem quantitativa. Foram realizados o levantamento das variáveis, o pré-teste do questionário com especialistas e a coleta de dados com gestores de empresas do setor de turismo do Paraná. Foram utilizadas a estatística descritiva, aplicação de questionário do Google formulários e a análise fatorial exploratória para identificar as dimensões da inovação. A análise fatorial exploratória é uma técnica estatística multivariada utilizada para identificar padrões ocultos em um conjunto de variáveis observadas, reduzindo a complexidade dos dados e agrupando itens correlacionados em fatores subjacentes (HAIR JR. *et al.*, 2009). Os dados foram interpretados e analisados com apoio do software SPSS. O SPSS é um software estatístico que permite a análise de dados, a geração de relatórios, a realização de análises estatísticas e a criação de gráficos (IBM, 2025).

### 3. ESTUDO 1 - INOVAÇÃO NO TURISMO: EXPLORANDO NOVAS PERSPECTIVAS

#### 3.1 RESUMO

O avanço tecnológico, impulsionado pelos princípios da Quarta Revolução Industrial (Indústria 4.0), tem gerado transformações significativas em diversos setores econômicos, incluindo o turismo. O objetivo do estudo foi compreender a inovação no turismo. A metodologia é exploratória com abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica e bibliométrica com análise sistemática por meio do software *Parsifal*. A bibliométrica teve o apoio do software *VOSviewer* que revela que a inovação no turismo não é apenas uma questão de tecnologia, mas também de colaboração entre os stakeholders, principalmente no processo de gestão. Os resultados da revisão apresentam uma amostra final de 92 artigos distribuídos em 6 clusters. A análise dos clusters revela ainda a interdisciplinaridade e complexidade dos estudos em turismo e inovação. Essas inovações permitem a criação de experiências personalizadas, a automação de processos e o aumento da eficiência operacional em serviços turísticos, ao mesmo tempo em que desafiam empresas e destinos a se adaptarem a um cenário dinâmico e em constante evolução. A interconexão entre temas, como inovação e sustentabilidade, reflete um campo dinâmico que integra questões econômicas, sociais e ambientais, reforçando a relevância de estratégias inovadoras no turismo. Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa ao explorar a relação entre inovação e turismo. Esta colaboração é necessária para o desenvolvimento e o aprimoramento dos destinos turísticos, em que a inovação no turismo está diretamente ligada à sustentabilidade e na para adaptação do setor em um ambiente competitivo.

**Palavras-Chave:** turismo, inovação, tecnologia, indústria 4.0.

#### 3.2 INTRODUÇÃO

Com a transformação digital, muitas oportunidades e desafios foram apresentados para as atividades turísticas e com a ascensão de um novo paradigma associado à teoria da quarta revolução industrial (Indústria 4.0), (GOMES *et al.*, 2023; LI *et al.*, 2021). As inovações tecnológicas transformaram as estruturas, processos e práticas no setor (BUHALIS *et al.*, 2019). Pelo fato de que o turismo é complexo e global, a informação é o seu principal elemento e a TIC tornou-se fundamental para que o setor opere de forma competitiva (MENDES FILHO, 2002).

A inovação é um conceito multifacetado (MARTINS *et al.*, 2020; BAREGHEH; ROWLEY; SAMBROOK, 2009), com diferentes definições e categorias. A inovação se manifesta na forma de um novo produto, serviço ou processo. E o conceito é usada em muitos contextos, seja na gestão, marketing, engenharia ou até mesmo no turismo (DRUCKER, 2002; CARDOSO *et al.*, 2024; GRISSEMANN;

PIKKEMAAT; WEGER, 2013).

O ecossistema turístico pode ser compreendido como um sistema complexo de interações entre diversos atores — incluindo setor público, empresas privadas, sociedade civil e instituições acadêmicas — que colaboram para promover o desenvolvimento sustentável e a inovação no turismo. Essa abordagem integrada é importante para fortalecer a atividade turística e gerar impactos positivos nas comunidades locais (LIMA; AZEVEDO; EMMENDOERFER, 2023).

A inovação impulsiona a colaboração entre os diversos atores do ecossistema turístico, promovendo a cocriação de valor, o desenvolvimento regional e a diferenciação de destinos em um mercado global cada vez mais competitivo (POUR; MOHAMMADI, 2023). Assim, o turismo e a inovação mantêm uma relação interdependente: enquanto o turismo demanda soluções para lidar com seus desafios contemporâneos, a inovação encontra no turismo um ambiente propício para a experimentação e implementação de novas práticas, tecnologias e modelos de governança.

A literatura acadêmica sobre inovação em turismo passou a se desenvolver, especialmente, a partir dos anos 2000. O primeiro estudo identificado foi publicado em 1997 (HJALAGER, 1997). No entanto, o desenvolvimento mais significativo na área teve início após 2008, desde então, observa-se um crescimento contínuo no interesse pelo tema. Neste contexto, o tema da inovação tem adquirido crescente relevância na literatura sobre turismo nas últimas duas décadas. Gomezelj (2016) argumenta que o turismo apresenta características particulares do setor: a produção e o consumo ocorrem simultaneamente no turismo, trata-se de um setor intensivo em conhecimento, e o fator humano é altamente relevante. Além disso, os produtos turísticos são intangíveis e perecíveis. Por essa razão, a forma como a inovação é tratada no setor turístico difere daquela observada em outros setores industriais (IŞIK; AYDIN; DOGRU; REHMAN; SIRAKAYA-TURK; KARAGÖZ, 2022).

A inovação é trabalhada junto à diversos temas (MARTIN-RIOS, 2019), o estudo sobre inovação do turismo de forma geral, (HALL, 2009; HJALAGER, 2010; BIEGER; BERITELLI; LAESSER, 2011; BOOYENS; ROGERSON, 2016; MENDES FILHO, 2002; BUHALIS 2013; AIRES; BRANDÃO, 2022). Nos últimos anos, a literatura sobre inovação no turismo tem se expandido significativamente, refletindo a crescente importância de estratégias inovadoras para o desenvolvimento

sustentável e competitivo do setor. Estudos recentes destacam a incorporação de tecnologias emergentes, como realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), inteligência artificial (IA) e metaverso, na criação de experiências turísticas imersivas e personalizadas (POUR; MOHAMMADI et al., 2023; POUR; MOHAMMADI, 2023). Diversas aplicações de mercado, como na previsão de demanda, análise de *big data*, automação (KIRTIL; AŞKUN, 2021). Inovação na hotelaria (PIKKEMAAT; PETERS, 2006; MIHALIČ; ŽABKAR; CVELBAR, 2012; GRISSEMANN; PIKKEMAAT; WEGER, 2013; GOMEZELJ, 2016; SALLEH; GHAZALI; MOHD, 2022; YU; SU, 2023). Iniciativas unindo a sustentabilidade e a inovação também vêm sendo discutidas (FONT; TAPPER; SCHWARTZ; KORNILAKI, 2008; LEITE, 2023). No planejamento de viagens (XIANG; GRETZEL, 2010; PARIDA JEWPNYA et al., 2023), e estudo sobre destinos turísticos inteligentes (KOO, MENDES-FILHO; BUHALIS, 2019; SOARES; DOMARESKI-RUIZ; IVARS BAIDAL, 2022; GAJDOŠÍK; MARCIŠ, 2025).

Diante da crescente complexidade e competitividade do setor turístico, compreender os processos de inovação auxilia na identificação de estratégias que promovam diferenciação, posicionamento e geração de valor. A inovação, nesse contexto, não se limita ao uso de tecnologias, mas abrange mudanças em produtos, serviços, processos e modelos de negócios. Assim, o trabalho tem como objetivo compreender a inovação no turismo.

Logo, a partir desta introdução, este artigo está organizado em mais quatro seções. A segunda seção detalha a fundamentação teórica, a seção três a metodologia; a seção quatro mostra os resultados ao mesmo tempo que proporciona sua discussão; e finalmente, a seção cinco apresenta as considerações finais e indicações para estudos futuros.

### **3.3 INOVAÇÃO E TURISMO**

Tanto a inovação quanto o turismo não são considerados fenômenos novos, ambos têm acompanhado a história da humanidade de forma conjunta e sincrônica. O desenvolvimento de suas práticas precedeu em muito o surgimento e a evolução de seu corpo teórico ou campo de conhecimento acadêmico.

A Onu Turismo, antiga Organização Mundial do Turismo - OMT, (2024), entende como inovação no turismo:

A inovação no turismo, como em outros lugares, é uma ação colaborativa entre governos, universidades, empresas, micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) e start-ups, investidores, apoiando parceiros comerciais (aceleradores, incubadoras, etc.) e outras partes interessadas. Promover uma inovação turística bem-sucedida e um ecossistema empreendedor exige a ligação de todas as partes interessadas a oportunidades de colaboração e a priorização do desenvolvimento de capacidades em turismo e tecnologia.

Inovações de produtos ou serviços se referem às mudanças observadas diretamente pelo cliente e consideradas como novas, tanto no sentido de nunca terem sido vistas antes ou novas para a empresa particular ou de destino (HJALAGER, 2010). O aumento das inovações nos serviços resulta, entre outros fatores, de complementaridade progressiva de bens e serviços; introdução de novas tecnologias junto com mudanças na organização do processo de produção e na prestação de serviços; implementação de novas Tecnologia da informação e comunicação - TICs que contribuem para o crescimento econômico, desenvolvimento e resultam em maior produtividade do trabalho (IETTO-GILLIES, 2002; RAPACZ *et al.*, 2022).

Pesquisadores focados em indústrias de serviços discutem cada vez mais a importância de aplicar uma perspectiva de rede colaborativa na pesquisa de negócios de serviços (BINDER, 2018; SCOTT; LAWS, 2010), especialmente no contexto do turismo (BINDER, 2018; AUBKE, 2014; PRESENZA; CIPOLLINA, 2010; TIMUR; GETZ, 2008). Aubke (2014, p. 11) vê as empresas de turismo como "agentes coletivos em redes complexas de relações econômicas".

No entanto, o setor de serviços abrange uma ampla gama de campos diferentes e, portanto, está sujeito a diversas influências. Os diferentes tipos de atividades de serviço possuem sua própria natureza específica (KELLER, 2005; MILES, 2005; OTTENBACHER, 2005; PIKKEMAAT; PETERS, 2006; ORFILA-SINTES; MATTSSON, 2009; HJALAGER, 2010; RAPACZ *et al.*, 2022). A especificidade dos serviços impacta a capacidade de absorver inovações. No setor de serviços, o trabalho vivo é o meio de valor em uso, enquanto os meios de trabalho criam condições para a prestação de serviços (CHANG *et al.*, 2012; ROGOZIŃSKI, 2004; HURLEY; HULT, 1998). Hipp e Grupp (2005) enfatizam a importância do fator humano no processo de criação de inovações em serviços.

Como outros setores de serviços, o turismo é frequentemente visto como menos inovador do que indústrias mais orientadas para a manufatura e tecnologia. Na literatura sobre inovação em serviços e turismo, existe um debate sobre a

possível incompatibilidade entre inovação de produto e de serviço (KRIZAJ *et al.*, 2012) e as particularidades da inovação no turismo (JACOB *et al.*, 2003; WALDER *et al.*, 2006; HALL; WILLIAMS, 2008). As questões principais relacionam-se às características, especificidades de mensuração e diferentes modelos descritivos de inovação na indústria de serviços e turismo.

A inovação no turismo é tipicamente incremental e orientada para serviços, em vez de tecnológica (BOOYENS, 2018; PANFILUK, 2021). De fato, as inovações não tecnológicas, como inovações organizacionais, de gestão e de marketing, são prevalentes nos serviços (HJALAGER, 2010; FAGERBERG, 2013; HALL; WILLIAMS, 2020).

A inovação no turismo é um dos fatores mais importantes que contribuem para atender às necessidades e desejos dos turistas, proporcionar conforto aos turistas, aumentar o valor da experiência turística e melhorar sua lealdade ao destino turístico (HALL; WILLIAMS, 2008; HJALAGER, 2013; SOUZA *et al.*, 2017; ELZEK; ABDULSAME, 2020). Influencia a tomada de decisão dos turistas ou suas avaliações pós-visita e também aumenta a capacidade dos turistas de coletar benefícios, ajudando-os a explorar bens e serviços que satisfaçam seus desejos (HJALAGER, 2010; HJALAGER, 2013; ELZEK; ABDULSAME, 2020).

Tecnologias interromperam e transformaram a operação de negócios de turismo e hospitalidade ao mudar modelos de negócios inteiros (BUHALIS *et al.*, 2023; ABOU KAMAR *et al.*, 2024; FENNELL, 2021). Exemplos incluem o surgimento das Agências de Viagens Online (OTAs) que reformularam o processo de reserva e o advento de plataformas digitais como o Airbnb, que desafiaram os provedores de acomodações tradicionais. Enquanto tecnologias disruptivas atraíram atenção significativa, a indústria também viu a proliferação de tecnologias incrementais voltadas para aprimoramentos diários. Sistemas de reservas, software de gerenciamento de relacionamento com clientes (CRM) e soluções de processamento de pagamentos tornaram-se a espinha dorsal das operações eficientes (BUHALIS *et al.*, 2023; O'CONNOR, 2023). Essas tecnologias melhoram o serviço ao cliente (ROBINSON *et al.*, 2020), otimizam processos (BUHALIS *et al.*, 2023; CHEN; YE, 2024) e aumentam a satisfação geral dos hóspedes (LIU *et al.*, 2017).

Dessa forma, para que a inovação no turismo aconteça há necessidade de uma ação colaborativa que envolve uma rede diversificada de stakeholders,

incluindo governos, universidades, empresas, micro, pequenas e médias empresas (MPMEs), *startups*, investidores e parceiros comerciais como aceleradoras e incubadoras. Para promover um ecossistema de inovação turística, é essencial criar conexões entre todas essas partes interessadas, facilitando a colaboração e priorizando o desenvolvimento de capacidades.

### 3.4 METODOLOGIA

A metodologia deste estudo foi exploratória de abordagem qualitativa, com a pesquisa bibliométrica (*Vosviewer*) e bibliográfica com análise sistemática (*Parsifal*), evidenciando a integração de duas estratégias complementares. Para o desenvolvimento da pesquisa foi realizada uma coleta nas bases de dados Scopus que abrange cerca de 19,5 mil títulos de mais de 5.000 editoras internacionais, incluindo a cobertura de 16.500 revistas peer-reviewed nos campos científico, técnico, e de ciências médicas e sociais (SCOPUS, 2023).

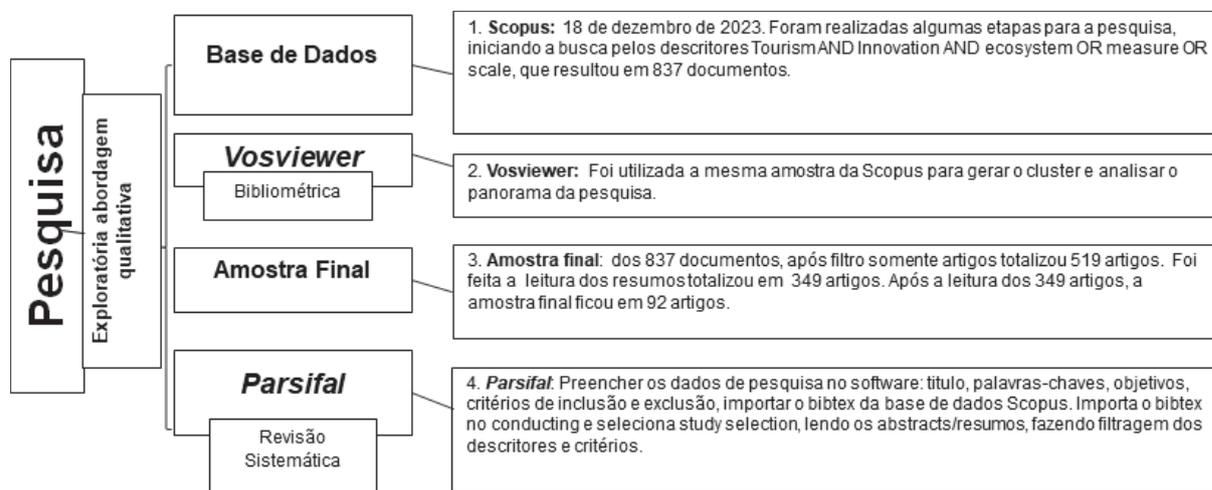
A coleta de dados ocorreu no dia 18 de dezembro de 2023, e o recorte temporal foi dos anos de 1983 a 2023. Foi realizada a busca pelos descritores *Tourism AND Innovation AND ecosystem OR measure OR scale*, que resultou em 837 documentos. O primeiro filtro utilizado foi somente artigos totalizando 519 artigos. Após leitura dos títulos e resumos para verificação da pertinência do texto para o contexto do presente estudo, a amostra ficou em 349 artigos.

Uma vez definidos os artigos a serem analisados, procedeu-se a uma nova filtragem e com a leitura e o levantamento de informações, a amostra final totalizou 92 artigos que remetem ao tema inovação e turismo, pois a base de dados identificou estudos da área de biologia pelo descritor *ecosystem*. Após a coleta, a primeira etapa foi com o apoio do software *Vosviewer* (versão 1.6.15), ferramenta amplamente utilizada na literatura bibliométrica. Ela realiza o mapeamento científico e examina a co-ocorrência de palavras-chave, desenha e mapeia clusters para análise, gerando a rede bibliométrica da produção científica sobre visualização da informação (VAN ECK; WALTMAN, 2010; SINKOVICS, 2016; MULET-FORTEZA, *et al.*, 2019).

Esse tipo de análise, a bibliométrica, contribui diretamente na compreensão do campo a ser estudado, auxiliando a traçar um panorama dos artigos já publicados na área. Esta etapa auxiliou no processo de visualização das principais áreas a serem relacionadas aos construtos da pesquisa. Essa abordagem permite identificar

padrões de pesquisa, tendências emergentes e lacunas temáticas, ao mesmo tempo em que contextualiza teorias e práticas inovadoras no turismo.

Figura 1: Metodologia da Pesquisa com uso do Software *Parsifal* e *Vosviewer*



Fonte: elaborada pela autora, 2025.

Na segunda etapa foi realizada a revisão sistemática que é uma modalidade de pesquisa, que segue protocolos específicos e busca dar alguma logicidade a um grande corpus documental. Dessa forma é possível o desenvolvimento de identificação, compilação, análise e interpretação dos dados dos artigos levantados para estudo (GALVÃO; RICARTE, 2020). A escolha de usar o software on-line Parsifal foi para auxiliar no planejamento e execução da revisão sistemática da literatura e possui etapas que permitiram identificar e interpretar estudos disponíveis em bases científicas. O processo de revisão sistemática implica tematizar a questão e explicitar princípios que contribuam para a definição de um pensamento conducente a uma experiência de seleção de fontes afastado o mais possível de convicções pessoais ou de avaliações subjetivas influenciadas por coordenadas geográficas ou de pertença a uma determinada comunidade acadêmica (BRINER; DENYER, 2012).

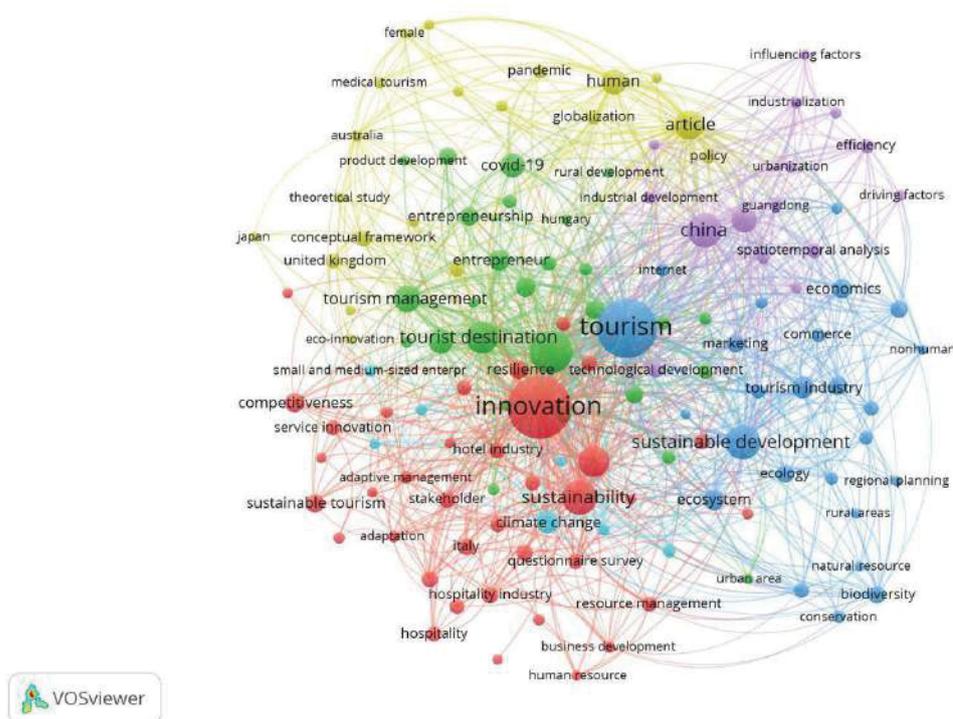
Após lidos os referidos artigos, foi incluído na ferramenta *parsifal* para filtragem de critérios de inclusão e exclusão, verificando se os artigos apresentavam uma discussão direta sobre a inovação no turismo para a sistematização dos resultados.

### 3.5 RESULTADOS

#### 3.5.1 RESULTADO ETAPA BIBLIOMÉTRICA (VOSVIEWER)

O cluster (Figura 2) é apresentado como uma visualização de uma complexa rede de conceitos interconectados, evidenciando os agrupamentos de palavras e temas envolvidos nesse campo de estudo.

Figura 2: **Análise de Clusters sobre Turismo e Inovação**



Fonte: elaborado pela autora pelo software Vosviewer, 2025.

No cluster 1 (**vermelho**) os principais termos apresentados são "*innovation*" (159), "*sustainability*" (47), "*eco-tourism*" (39), "*Competitiveness*" (15). Este cluster está relacionado à inovação e sustentabilidade no turismo, com ênfase particular na sustentabilidade e aspectos ambientais. Isso sugere que há um foco em como as práticas inovadoras estão sendo implementadas para promover a sustentabilidade no setor turístico, especialmente em hotéis e outras formas de hospitalidade, "*hotel industry*" (11) , "*hospitality industry*" (11), "*hospitality*" (10). As conexões mais fortes do cluster 1 são "*innovation*" e "*sustainability*" que reflete a interdependência entre

inovação e práticas sustentáveis no turismo, sugerindo uma relação central entre práticas inovadoras e a promoção da sustentabilidade no turismo, especialmente em hotelaria e hospitalidade. A inovação é frequentemente vista como necessária para alcançar a sustentabilidade no setor. As conexões fracas do cluster 1 são: "*organization framework*" (5) "*police making*" (5) "*scale development*" (5). As escalas e modelos ainda são escassas na literatura, o que fica evidente com essas conexões. A revisão bibliométrica também revelou que a sustentabilidade é a categoria mais frequente em inovações no turismo, mencionada 16 vezes na análise de 92 artigos, seguida por tecnologia (9 vezes) e processos (8 vezes), refletindo a centralidade dessas dimensões para o avanço sustentável e competitivo do setor.

Além disso, o cluster vermelho apresenta conexões com termos como "business model innovation", "green practices", "environmental management", "strategic management" e "corporate social responsibility (CSR)", reforçando que as discussões orbitam tanto os níveis operacionais quanto estratégicos da inovação aplicada ao turismo.

A configuração do cluster vermelho indica que a inovação no turismo não é mais tratada apenas sob a ótica tecnológica ou de produto, mas está fortemente associada à sustentabilidade e à criação de valor a longo prazo. O cluster também evidencia uma perspectiva estratégica, na qual a inovação é vista como um fator determinante para o reposicionamento de destinos turísticos e a construção de vantagens competitivas duráveis.

O cluster 2 (**verde**) os principais termos apresentados são "*tourism development*" (71), "*tourist destination*" (42), "*tourism management*" (29), "*tourism market*" (23) "*entrepreneur*" (17) e "*entrepreneurship*" (14) que foca em temas centrais de turismo, especialmente no gerenciamento de destinos turísticos e na administração do turismo em geral. Isso pode incluir estudos sobre como os destinos turísticos são geridos, as práticas de governança e as estratégias de promoção de destinos turísticos. As duas últimas palavras revelam uma tendência de empreendedorismo na área de turismo. Indica que a gestão do turismo frequentemente envolve discussões sobre empreendedorismo, sugerindo que o desenvolvimento de novos negócios é crucial para a gestão eficiente dos destinos.

As conexões relacionadas a destinos turísticos, tecnologia, e desenvolvimento emergem principalmente no cluster 2, que prioriza "tourism

development" (71 ocorrências) e "tourist destination" (42 ocorrências). Esses termos exploram a gestão de destinos turísticos, governança e estratégias de promoção. Além disso, o estudo mostrou que tecnologia e serviços são fatores essenciais para transformar a experiência do turista e melhorar a eficiência operacional em destinos e hotelaria. Estudos específicos, como o uso de modelos quantitativos para medir eficiência ecoeconômica (Zhang *et al.*, 2022), destacam a aplicabilidade prática da tecnologia e inovação em destinos turísticos, fortalecendo sua competitividade e sustentabilidade.

No cluster 3 (**azul**) os principais termos apresentados são "tourism" (142), "sustainable development" (46), "tourism industry" (19) "ecosystem" (18), que está relacionado a temas de desenvolvimento sustentável, ecossistemas e gestão do turismo. Este cluster além de falar sobre o turismo, também está centrado em desenvolvimento sustentável e questões ambientais. A ênfase está na relação entre turismo, ecossistemas e sustentabilidade, indicando estudos que exploram como o turismo pode ser incluído e desenvolvido pela gestão ambiental. Por fim, o cluster 3 conecta ecossistema, meio ambiente, com "ecosystem" (18 ocorrências) e "sustainable development" (46 ocorrências) abordando temas como gestão ambiental e desenvolvimento sustentável. O cluster sugere como o turismo pode ser integrado a estratégias ambientais, enfatizando a colaboração entre stakeholders para criar ecossistemas resilientes. Estudos mostraram que tecnologias emergentes como *big data* e TIC são fundamentais para personalizar experiências turísticas e alinhar o turismo aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Entretanto, conexões quantitativas sobre mensuração, escalas, e frameworks permanecem escassas, com apenas 8 artigos apresentando frameworks específicos para inovação no turismo.

No cluster 4 (**Amarelo**) os principais termos apresentados são "article" (32), "human" (25), "globalization" (9). Este cluster não é representativo para a temática pois revela apenas uma referência à sistematização, com a palavra mais citada. Internamente, ele aborda temas relacionados a impactos humanos e globais no turismo.

No cluster 5 (**Roxo**) os principais termos apresentados são "China" (49), "economic development" (25) que está relacionado aos estudos econômicos e análises espaço-temporais, com foco em regiões como a China. Este cluster pode

estar relacionado ao estudo de impactos econômicos e espaciais do turismo. Este cluster é o segundo menos representativo de todos.

O cluster 6 (**Azul Claro**) é o de menor representatividade contendo apenas 07 itens, em que o mais relevante é o “*climate change*” (19) que também se relaciona com itens de sustentabilidade e ambientais.

Assim, cada cluster revela um aspecto importante do estudo de turismo, desde a gestão de destinos até as implicações ambientais e econômicas mais amplas. É possível destacar que os clusters vermelho e azul são os que mais se conectam entre si. Ambos os clusters discutem a gestão da inovação no turismo de formas diferentes e revelam segmentos de atuação específicos: turismo rural, marketing, inteligência artificial, hotelaria, serviços digitais, empreendedorismo, turismo médico, patrimônio histórico e destinos turísticos inteligentes.

### **3.5.2 RESULTADO DA REVISÃO SISTEMÁTICA**

O turismo é uma atividade complexa e diversificada, no qual está inserida no setor de serviços (RABAHY, 2019; KHURRAMOV, 2020). O Quadro 01 buscou identificar na amostra como a inovação era apresentada/aplicada no estudo e qual em área ou segmento turístico.

Na amostra de 92 artigos foram contabilizados uma variedade de áreas do turismo que abordaram a inovação aplicada ao turismo, notou-se que são 27 anos de pesquisas publicadas sobre a temática, sendo a maioria delas voltadas e dependentes de tecnologias ou ainda serviços e processos.

O Quadro 01 apresenta uma visão geral da revisão sistemática e da aplicação da inovação no turismo, organizada por segmento e área de inovação. No segmento Hotelaria, destacam-se 14 autores em sustentabilidade e 22 em tecnologia, produtos, serviços e processos colaborativos. No segmento Empresas Turísticas, há 8 autores em sustentabilidade, 8 em gestão, serviços e processos, e 5 em tecnologia. Para Destino Turístico, registram-se 10 autores em sustentabilidade, 8 em tecnologia e 21 em gestão, serviços, processos, educação e colaboração. O segmento Rural conta com 6 autores abordando tecnologia, sustentabilidade, serviços e políticas públicas. Em Experiência Turística, somam-se 13 autores em áreas como tecnologia, produto, serviços e sustentabilidade. Por fim, nas Agências de Turismo e Cias Aéreas, há 5 autores em sustentabilidade e serviços, e nos

Eventos, 5 autores tratam de tecnologia e gestão, enquanto a Acessibilidade é representada por 2 autores com foco em tecnologia. Esse panorama evidencia a ampla diversidade de estudos voltados à inovação no setor turístico, refletindo a importância de cada área para o desenvolvimento do setor.

A sustentabilidade emerge como um dos temas centrais nas inovações turísticas e exploram sua aplicação em destinos, empresas de turismo, hotelaria, agroturismo, e outras áreas. A crescente conscientização sobre a importância da gestão ambiental e a implementação de práticas sustentáveis indicam que este é um caminho essencial para a inovação no setor, como Agenda 2030 da ONU. O estudo também revela que as inovações no turismo não estão necessariamente restritas ao setor em si, mas podem envolver práticas desenvolvidas em outras áreas, como a gestão ambiental em hotéis, que, embora não sejam inovações turísticas, contribuem significativamente para a sustentabilidade e a atratividade dos destinos.

No descritor *ecosystem* 49 artigos que abordam o ecossistema de inovação ou de ecossistema que não aborda a inovação e nem mesmo o turismo. Já o descritor *measure* (mensuração) totalizou 18 artigos e o descritor *scale* (escala) 15 artigos, revelando que há poucos estudos empíricos sobre inovação e turismo. Dos 18 artigos, apenas 08 apresentaram *frameworks*, 05 apresentaram modelo de escala e 09 de mensuração ou medidas de turismo, inovação, políticas ou de desenvolvimento. Destes, 03 tinham métodos quantitativos aplicados para o setor de turismo na inovação, o que evidencia uma lacuna em estudos quantitativos na área.

Quadro 2: Panorama da Aplicação da Inovação no Turismo

Segmento	Área da Inovação	Resultados	Autores
----------	------------------	------------	---------

Hotelaria	Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integração de práticas ambientais e sociais na operação hoteleira;</li> <li>Avaliação de eficiência e desempenho sustentável;</li> <li>Estratégias sustentáveis como diferencial competitivo;</li> <li>Iniciativas de green innovation em hotéis de médio e grande porte.</li> </ul>	Hjalager, 1996; Weiermair, 2006; García-Pozo; Sánchez-Ollero; Ons-Cappa, 2016; Nadkarni; Haider, 2022; Ahmed, Mohamed and Aliane, Nadir and Khababa, Nourredine and Abdou, Maha Y. K.; Agina, Mohamed Fathy, 2023.
	Tecnologia, Produtos, Serviços e Processos, colaborativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adoção de tecnologias digitais, IoT e automação em serviços.</li> <li>Inovação organizacional e em processos internos.</li> <li>Colaboração como catalisador da inovação.</li> <li>Desenvolvimento de novos produtos hoteleiros e melhoria da experiência do hóspede.</li> </ul>	Orfilia-Sintes; Crepí-Cladera; Martínez-Ros, 2005; Vadell; Garau; Orfila-Sintes, 2008; Valença; Sobral Thomas; Wood, 2014; Tugores; García, 2025; Andrade Lima; Farias, 2020; Díaz; Duque, 2021; Ingrassia; Bellia; Giurdanella; Columba; Chironi, 2022; Khan, Shaheed and Freeda Maria, Swarna M., 2022; Troisi, Orlando and Visvizi, Anna; Grimaldi, Mara, 2023; Yuan, Hongzhou and Su, Ming and Zywolek, Justyna and Rosak-Szyrocka, Joanna and Javed, Asad and Yousaf, Zahid, 2023.
Empresas Turísticas	Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estratégias sustentáveis em modelos de negócio de operadoras e agências.</li> <li>Certificações e práticas de responsabilidade ambiental.</li> <li>Fortalecimento de imagem corporativa por meio de inovação verde.</li> </ul>	Hallenga-Brink; Brezet, 2005; Zebryte; Jorquera, 2017; Warren; Becken; Coghlan, 2018; Brandão; Costa; Buhalis, 2018; Binder, 2020; Pan,; Weng; Li; Li, 2021; Ahmad, Munir; Zhu, Xiwei; Wu, Yiyun, 2022;
	Gestão, Serviços e Processos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melhoria da eficiência operacional via inovação em gestão.</li> <li>Digitalização de processos de atendimento e logística.</li> <li>Inovação centrada no cliente (customer-centric services).</li> </ul>	Parahoo; Mumtaz; Ayyagari; Harvey; Khazraji, 2021; Barna; Biletska, 2021; Zuñiga-Collazos, Alexander and Gómez-López, Julián Mauricio and Ríos-Obando, José Fabián and Vargas-García, Lina Marcela, 2023.
	Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plataformas digitais e big data para gestão e marketing.</li> <li>Tecnologias emergentes como diferencial competitivo.</li> </ul>	Torrent-Sellens; Ficapal-Cusi; Boada-Grau; Vigil-Colet, 2016; Alonso; Bressan, 2016; Karmanov; Kiseleva; Kuznetsov; Zavrzhin; Shubina, 2020.
	Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Destinos sustentáveis e regenerativos.</li> <li>Gestão ambiental de áreas turísticas.</li> <li>Avaliação de impactos socioambientais com base em inovação territorial.</li> </ul>	Raufflet; Berranger; Gouin, 2008; Jacob; Florido, Carmen; Aguiló, 2010; Kuščer; Mihalič; Pechlaner, 2017; Nageev; Rokotyanskaya; Batova; Bischekova, ; Hokonova, 2018; Klimenko; Shinkevich; Kudryavtseva; Shinkevich; Barse gyan; Farrakhova; Ishmuradova, 2018; Liu; Song; Liu; Chi, 2018; Špaček, Martin and Melnykovich, Mariana and Kozová, Mária and Paudišová, Eva and Kluvánková, Tatiana, 2022; Roser, Thorsten and Kuzmina, Ksenija and Korja, Mikko, 2023; Buhalis, Dimitrios and O'Connor, Peter

			and Leung, Rosanna, 2023.
Destino Turístico	Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinos inteligentes com TICs integradas.</li> <li>• Monitoramento do fluxo turístico via sensores e apps.</li> <li>• Big data e geolocalização aplicados à gestão turística.</li> </ul>	Kuusik;Tiru;Ahas;Varblane, 2011; Avdimiotis, 2011; Rehner;Rodríguez-Leiva, 2017; Polese;Botti;Grimaldi;Monda;Vesci, 2018; Moreno-Izquierdo;Ramón-Rodríguez;Such-Devesa, 2018; Wang;Cole;Chen, 2018; Liu, Chunlian, 2022; Ibrahim, Ridwan Lanre and Mohammed, Abubakar, 2023.
	Gestão, Serviços, Processos, Educação e Colaborativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento participativo de destinos.</li> <li>• Políticas públicas voltadas à inovação territorial.</li> <li>• Parcerias multissetoriais para desenvolvimento turístico sustentável.</li> <li>• Inclusão da inovação nos currículos de formação turística.</li> </ul>	Chan;Go;Pine, 1998; Hjalager, 2006; Tiffin; Kunc, 2011; Brooker;Joppe;Davidson;Marles, 2012, Carson;Carson;Hodge,2014,Nordli;, 2017; Zach;Hill, 2017; Suadi;Wati;Mitsuhiro, 2019; Aksoy;Alkire;Choi;Kim;Zhang, 2019; Reid, Stuart, 2019; Khwunnak;Chailom, 2021; Pasco-Dalla-Porta; Esparza Arana;Sánchez Zambrano, 2021; Parahoo;Mumtaz;Ayyagari; Harvey;Khazraji, 2021; Fang;Bi;Chen;Peng, 2021; Gorochnaya;Mikhaylov;Plotnikova;Mikhaylova, 2021;Picaud-Bello;Stevens;Cloutier; Renard, 2022;Szromek, Adam R. and Walas, Bartłomiej and Kruczek, Zygmunt, 2022;Jelinčić, Daniela Angelina and Tišma, Sanja, 2022; Pavlov, Kostiantyn and Pavlova, Olena and Ilyin, Leonid and Novosad, Oksana and Bortnik, Svitlana, 2023;Lohmann, Paola and Brandão, Filipa and Rodrigues, Carlos and Zouain, Debora, 2023.
Rural	Tecnologia, Sustentabilidade, Serviços, Políticas Públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação em produtos de turismo rural sustentável.</li> <li>• Apoio institucional via políticas públicas.</li> <li>• Digitalização de serviços e plataformas de agendamento.</li> </ul>	Hjalager, 2014; López; Ramos, 2015;Liu;Yen;Tsai;Lo, 2017;Mykola; Vadym; Anatoliiy; Yurii; Natallia,2020; Semiarti;Purwantoro;Indrianto;Herawati; Milasari, 2020;
Experiência Turística	Tecnologia, Produto, Serviços, Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovações em experiências sensoriais e imersivas.</li> <li>• Customização e digitalização da jornada do turista.</li> <li>• Sustentabilidade como valor da experiência ofertada.</li> </ul>	Ronningen, 2010; Chan;To;Chu, 2016; Wang;Cole;Chen, 2018;Hansen;Hjalager;Fyall, 2019;Rath;Satpathy;Patnaik, 2019;Liu;Li;McCabe;Xu, 2019; Sambyal;Marwaha;Mavi, 2020; Fabi;Vettori;Faroldi, 2021; Sipe, 2021; Nadkarni;Haider, 2022; Lyu, Jiaying and Li, Yao and Mao, Zhenxing and Huang, Huan, 2023; Kandampully, Jay and Bilgihan, Anil and Van Riel, Allard C. R. and Sharma, Anuj, 2023.
Agências de turismo e Cia aérea	Sustentabilidade e Serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação nos canais de venda e relacionamento.</li> <li>• Programas de sustentabilidade e compensação de carbono.</li> </ul>	Alonso-Almeida;Rocafort;Borrajó,2016; Wang;Cole;Chen,2018; Capriello, Antonella and Riboldazzi, Sabina, 2021;
Eventos	Tecnologia e Gestão	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão digital de eventos.</li> <li>• Plataformas híbridas (presencial + online) com foco na interatividade.</li> </ul>	Dillette; Ponting, 2021; Bartis;Hufkie;Moraladi, 2021
Acessibilidade de	Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologias assistivas aplicadas a destinos e eventos.</li> <li>• Acessibilidade digital e física como diferencial competitivo.</li> </ul>	Walker; Chen, 2019

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Na área de sustentabilidade, vários autores se destacam por suas contribuições relevantes para o turismo sustentável. Nadkarni, Haider (2022), Warren, Becken e Coghlan (2018) investigam como práticas sustentáveis podem ser integradas ao turismo para mitigar impactos ambientais e sociais. Outros autores, como Lengkeek (1999), Ozdemir (2013), também exploram a interseção entre turismo e sustentabilidade, analisando desde a gestão ambiental até a responsabilidade social corporativa no setor turístico. Pesquisadores como Hjalager e Kwiatkowsk (2019), Klimenko, Shinkevich, Kudryavtseva, Barsegyan (2018) Zhang, Zhan, Ying Ruiyang, Xunbo (2022) e outros, investigam como inovações sustentáveis podem ser promovidas em destinos turísticos para garantir um crescimento equilibrado e duradouro.

No campo dos serviços, autores como Chan, Go, Pine (1998) López e Ramos (2015) Buhalis, Harwood, Bogicevic, Giampaolo, Srikanth e Hofacker (2019) são notáveis por suas investigações sobre como os serviços podem ser otimizados no turismo. Pesquisadores como Yang, Gengyuan (2018) também exploram a qualidade e eficiência dos serviços turísticos, enquanto Jay Kandampully e Anil Bilgihan (2023) abordam a inovação em serviços e a experiência do cliente. Outros autores, como Allard C. R. Van Riel, Anuj Sharma, Kostiantyn Pavlov, Olena Pavlova, Leonid Ilyin e Oksana Novosad (2023), analisam como a digitalização e a tecnologia podem transformar a prestação de serviços no setor. Além disso, Parahoo, Mumtaz, Ayyagari, Madhavi, Harvey (2021) estudam a interação entre inovação de serviços e satisfação do cliente, enquanto Liu, Li, McCabe e Xu (2019) exploram o papel dos serviços no desenvolvimento sustentável do turismo.

No campo de Destinos Inteligentes, alguns dos principais autores que têm contribuído significativamente incluem Buhalis (2020), Gretzel, Werthner, Koo, Lamsfus (2015). Estes pesquisadores exploram como a tecnologia e a inovação podem transformar destinos turísticos, promovendo a digitalização e a personalização da experiência do turista. Suas pesquisas abordam desde o desenvolvimento de plataformas inteligentes que integram dados em tempo real até a criação de estratégias para destinos que almejam oferecer experiências conectadas e personalizadas, mantendo a sustentabilidade e a competitividade em um mercado global.

A inovação no turismo envolve pesquisar, descobrir, desenvolver, melhorar e

comercializar novas formas e métodos. Alinhada à literatura clássica e específica do turismo, a inovação está associada à renovação, melhorias significativas, reconfigurações, interações, compartilhamento de conhecimento, estratégias sustentáveis, soluções de problemas, satisfação das necessidades dos consumidores e stakeholders. O componente humano e subjetivo é essencial e não deve ser ignorado, no turismo, onde as subjetividades são inerentes às práticas inovadoras (AIRES; BRANDÃO, 2022).

A clusterização oferece uma visão geral abrangente sobre o campo de estudo do turismo e da inovação e reforça os resultados da sistematização da literatura, como as relações de inovação, turismo, sustentabilidade, ecossistema e processos. Esta análise reforça os achados da revisão sistemática do Quadro 01, que demonstra a complexidade e a interdisciplinaridade desse tema, que envolve aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais em que a inovação é fundamental para o desenvolvimento de um turismo capaz de atender às demandas de um mercado cada vez mais exigente.

A Figura 03 destaca a interconexão entre os construtos turismo e inovação, evidenciando que o progresso no setor turístico depende diretamente de uma colaboração eficaz entre esses dois campos. Ao colocar a "colaboração" como o elo central, ilustra que a inovação não é um esforço isolado, mas uma construção conjunta que envolve diferentes stakeholders.

A relação entre turismo e inovação, conectada pela colaboração, é essencial para alcançar a melhoria da experiência, o aprimoramento da tecnologia e dos processos, a qualidade da educação, a sustentabilidade, e qualidade nos serviços e eficiência na gestão. A implementação de inovações depende tanto de estruturas e agentes (empresas, empresários e consumidores) quanto de processos incrementais associados, incluindo inovações de marketing, organizacionais e de produtos. Assim, a colaboração otimiza a experiência do turista e a adoção de tecnologias, promovendo avanços sustentáveis no setor.

Figura 3: **Relação entre Turismo e Inovação**



Fonte: elaborada pelas autoras, 2025.

Para serem competitivas, as empresas de turismo e hospitalidade precisam implementar inovações tecnológicas que promovam serviços em tempo real e otimizem a interação entre anfitriões e hóspedes (BUHALIS; SINARTA, 2019). As tecnologias no turismo atuam como facilitadoras de interações entre atores e troca de informações. Portanto, eles melhoram experiências em tempo real e comunicação, aumentam a competitividade dos destinos e aumentam o engajamento e a eficácia dos recursos de gestão em todo o destino. As inovações tecnológicas e a aplicação de novas metodologias são fundamentais para transformar a experiência turística e fomentar um crescimento sustentável, com a gestão de atributos ambientais desempenhando um papel cada vez mais importante na competitividade dos destinos turísticos (BUHALIS; AMARANGGANA, 2013; DEL CHIAPPA; BAGGIO, 2015). A inovação tecnológica conduz a uma série de inovações de produtos em resposta à demanda dos clientes por oportunidades de criar eles próprios produtos, adicionando serviços e experiências que atendam aos seus interesses específicos. Neste sentido, há cada vez mais pedidos de "experiências únicas" (ocasiões inesquecíveis, únicas na vida), bem como os turistas querem ter uma sensação de aventura e experimentar sabores e aromas que não podem ser apreciados em outros lugares do mundo (ILIEVA *et al.*, 2023). Assim, para existir inovação no turismo exige uma importância de investir em soluções tecnológicas,

isso implica em investir em pesquisa, ciência e tecnologia avançadas para melhorar a experiência do viajante e impulsionar o crescimento sustentável do turismo.

A inovação no negócio do turismo parece complexa, dado que o foco principal é o produto turístico, que tem um alcance diferente dependendo dos elementos que o compõem. Portanto, a inovação é geralmente implementada através de uma série de pequenos passos que levam a uma mudança gradual desenvolvimento e implementação, de uma inovação leva inevitavelmente a outra (ILIEVA *et al.*, 2023). Em conclusão, a análise dos 92 artigos selecionados revela uma predominância de inovações que priorizam a sustentabilidade e a aplicação de tecnologias avançadas no turismo, com ênfase na colaboração entre stakeholders como um motor crucial para o desenvolvimento e aprimoramento dos destinos turísticos.

Observa-se que, embora a inovação esteja profundamente integrada ao conceito de turismo sustentável, a maioria dos estudos foca na sustentabilidade como um fator de atração e aprimoramento dos destinos, processos e serviços turísticos. A inovação no turismo vai além de práticas ambientais, abrangendo a renovação de serviços, a melhoria contínua e a adaptação às necessidades dos consumidores.

### **3.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A inovação desempenha um papel importante no turismo, influenciando tanto a oferta quanto a experiência dos viajantes. Este setor dinâmico e diversificado está em constante evolução, impulsionado por avanços tecnológicos, mudanças nas preferências dos consumidores e pela crescente necessidade de sustentabilidade. Ao examinar como a inovação está integrada ao turismo e seu impacto, é possível discernir diversas facetas que moldam o presente e o futuro desse setor.

Os resultados da pesquisa destacam a diversidade da inovação em que revela que a maioria das inovações no turismo está fortemente ligada a tecnologias, sustentabilidade, serviços e processos, e todas essas áreas requerem parcerias, refletindo a dependência crescente do setor em relação às soluções tecnológicas e práticas avançadas de gestão. Nesse cenário, a rede colaborativa do ecossistema de inovação é fundamental, reunindo diversos stakeholders para alcançar objetivos comuns e acelerar a criação de soluções inovadoras, que no turismo é imprescindível pela característica da complexidade dos atores envolvidos na cadeia produtiva.

O estudo apresenta a limitação de ter sido utilizada apenas uma base de dados para o recorte desta análise. Como contribuição teórica o estudo avança em mapear diversas áreas da inovação em que se analisou sua aplicação e segmento do turismo, como demonstrado nos casos expostos no Quadro 01. As principais áreas elencadas foram: sustentabilidade, serviços, gestão, experiência, tecnologia, processo e educação. Fica evidente a condicionante da colaboração entre os construtos de turismo e inovação. Além disso, a análise por meio do software VOSviewer destaca a interconexão entre termos como "sustentabilidade", "tecnologia", "desenvolvimento econômico", "destinos turísticos", revelando a natureza multidimensional da inovação no turismo, que deve equilibrar as demandas econômicas com a responsabilidade ambiental e a preservação cultural, reforçando a análise sistemática.

E como contribuições práticas, há um grande interesse das organizações de turismo na inovação pois ela pode auxiliar na tomada de decisão dos gestores, apresentando benefícios que promovem a geração de ideias, workshops, identificação de talentos e para geração de produtos. As organizações de gestão e desenvolvimento do turismo devem se engajar em processos nos quais a sociedade seja chamada a desempenhar um papel ativo no planejamento do futuro do destino, e também a implementar as ações necessárias para garantir que os residentes e as empresas se beneficiem do turismo. Portanto, as estratégias de desenvolvimento e planejamento do turismo devem buscar inovação na gestão com os stakeholders.

Como pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação do escopo metodológico por meio da utilização de múltiplas bases de dados e técnicas de análise comparativa, permitindo uma visão mais abrangente sobre a inovação no turismo. Além disso, estudos podem aprofundar a investigação sobre o papel da governança colaborativa na implementação de inovações, analisando como diferentes stakeholders contribuem para soluções tecnológicas, sustentáveis e gerenciais. Por fim, sugere-se a aplicação de abordagens interdisciplinares para compreender melhor a interconexão entre turismo, inovação e transformação digital, contribuindo para estratégias mais eficazes no setor.

Neste contexto, a introdução de novas tecnologias, a criação de experiências personalizadas e a melhoria contínua dos serviços são alguns exemplos de como a

inovação pode atender às crescentes demandas dos consumidores globais e melhorar a eficiência operacional (PEREIRA *et al.*, 2022).

### 3.7 REFERÊNCIAS

- Ahmad, M., Zhu, X., & Wu, Y. (2022). The criticality of international tourism and technological innovation for carbon neutrality across regional development levels. *Journal of Environmental Management*, 315, 115072.
- Ahmed, M., Aliane, N., Khababa, N., Abdou, M. Y. K., & Agina, M. F. (2023). Eco-Innovation Drivers and Their Impact on Tourism and the Hospitality Business in Egypt. *Journal of Cleaner Production*, 385, 135462.
- Aires, J., Costa, C., & Brandão, F. (2022). Rumo a um conceito de inovação no turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 16, e-2577. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2577>
- Alonso, A. D., & Bressan, A. (2016). Micro and small business innovation in a traditional industry. *International Journal of Innovation Management*, 20(4), 1650042.
- Alonso-Almeida, M. M., Rocafort, A., & Borrajo, F. (2016). Shedding light on eco-innovation in tourism: A critical analysis. *Sustainability*, 8(6), 599.
- Avdimiotis, S. (2011). Measurement of spatial inequalities between destination in metafordism period. The role of innovation via grid computing. *Tourism Management*, 32(4), 829-839.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Barna, M., & Biletska, I. (2021). Strategic management of innovation development of tourism businesses: Multi-systematic approach. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 179-190.
- Bartis, H., Hufkie, B., & Moraladi, M. (2021). The Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on the Business Events Sub-sector in South Africa: Mitigation Strategies and Innovations. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(4), 273-290.
- Bieger, T., Beritelli, P., & Laesser, C. (2011). The transformative power of tourism innovation systems. *Tourism Review*, 66(4), 1–15.
- Binder, P. (2020). Impacts of network relationships on absorptive capacity in the context of innovation. *Journal of Business Research*, 120, 65-77.

- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2016). Innovation in tourism: International perspectives and challenges. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(2), 1–12.
- Brandão, F., Costa, C., & Buhalis, D. (2018). Tourism innovation networks: A regional approach. *Annals of Tourism Research*, 72, 56-64.
- Brooker, E., Joppe, M., Davidson, M. C. G., & Marles, K. (2012). Innovation within the Australian outdoor hospitality parks industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 686-695.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of service management*, 30(4), 484-506.
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272.
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
- Capriello, A., & Riboldazzi, S. (2021). Exploring service innovation in a network of travel agencies: the Robintur case. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100815.
- Carson, D. A., Carson, D. B., & Hodge, H. (2014). Understanding local innovation systems in peripheral tourism destinations. *Tourism Geographies*, 16(3), 457-473.
- Chan, A., Go, F. M., & Pine, R. (1998). Service innovation in Hong Kong: Attitudes and practice. *The Service Industries Journal*, 18(2), 112-124.
- Chan, W. Y., To, C. K., & Chu, W. C. (2016). Desire for experiential travel, avoidance of rituality and social esteem: An empirical study of consumer response to tourism innovation. *Journal of Vacation Marketing*, 22(4), 382-396.
- Dillette, A., & Ponting, S. S.A. (2021). Diffusing innovation in times of disasters: considerations for event management professionals. *Event Management*, 25(4), 505-517.
- Díaz, M. M., & Duque, C. M. (2021). Open innovation through customer satisfaction: A logit model to explain customer recommendations in the hotel sector. *Journal of*

- Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(1), 59.
- Drucker. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172-175.
- Fabi, V., Vettori, M. P., & Faroldi, E. (2021). Adaptive reuse practices and sustainable urban development: Perspectives of innovation for European historic spa towns. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(1), 35-52.
- Fang, Y., Bi, D., Chen, H., & Peng, T. (2021). Spatial effects of knowledge-intensive business services clustering on tourism innovation in urban agglomerations. *Journal of Geographical Sciences*, 31(4), 547-562.
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K., & Kornilaki, M. (2008). Sustainable supply chain management in tourism. *Business Strategy and the Environment*, 17(4), 260–271.
- Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: Conceituação, produção e publicação. *Logeion: Filosofia da Informação*, 6(1), 57–73. <https://doi.org/10.21728/logeion.2019v6n1.p57-73>.
- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J.-L., & Ons-Cappa, M. (2016). ECO-innovation and economic crisis: A comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 138, 131-138.
- Gorochnaya, V., Mikhaylov, A., Plotnikova, A., & Mikhaylova, A. (2021). The interdependence between tourism and innovation activity in the western borderlands of Russia. *Tourism Management*, 82, 104168.
- Gomes, S., Lopes, J. M., & Ferreira, L. (2023). Looking at the tourism industry through the lenses of industry 4.0: a bibliometric review of concerns and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2022-0479>
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.
- Hall, C. M. (2009). Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: Never the twain shall meet? *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 2–18.
- Hallenga-Brink, S. C., & Brezet, J. C. (2005). The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 141-149.

- Hansen, M., Hjalager, A.-M., & Fyall, A. (2019). Adventure tourism innovation: Benefitting or hampering operations? *Tourism Management*, 70, 278-292.
- Hjalager, A. M. (1996). Tourism and the environment: The innovation connection. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 7-22.
- Hjalager, A. M. (2006). The marriage between welfare services and tourism - A driving force for innovation? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3(1-2), 7-21.
- Hjalager, A. M. (2012). Innovation policies for tourism. *Tourism Management*, 33(4), 885-898.
- Hjalager, A. M. (2014). Who controls tourism innovation policy? The case of rural tourism. *European Planning Studies*, 22(8), 1587-1603.
- Hjalager, A. M., & Kwiatkowski, G. (2019). Relational environmentalism in coastal recreation and tourism. *Sustainability*, 11(21), 6011.
- Hsiang, C. H., Chen, R.-S., Chen, Y. C., & Chen, C. C. (2011). A framework of collaborative commerce and internet organisation business model innovation in the tourism industry: The case study of the Veterans Affairs Commission in Taiwan. *International Journal of Information Management*, 31(3), 259-264.
- Işık, C., Aydın, E., Dogru, T., Rehman, A., Sirakaya-Turk, E., & Karagöz, D. (2023). Innovation research in tourism and hospitality field: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainability*, 15(7), 6010. <https://doi.org/10.3390/su15076010>
- Jacob, M., Florido, C., & Aguiló, E. (2010). Research note: Environmental innovation as a competitiveness factor in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 16(3), 419-434.
- Jelinčić, D. A., & Tišma, S. (2022). Tourism Innovation in the Adriatic-Ionian Region: Questioning the Understanding of Innovation. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1011-1030.
- Karmanov, M. V., Kiseleva, I. A., Kuznetsov, V. I., Zavrzhin, A. G., & Pushkareva, S. A. (2021). Innovative solutions for developing the transport infrastructure of tourist areas in the context of sustainability. *Transportation Research Procedia*, 58, 92-100.
- Klimenko, T. I., Shinkevich, A. I., Kudryavtseva, S. S., Shinkevich, M. V., Barsegyan, N. V., Farrakhova, A. A., & Ishmuradova, I. I. (2018). Modeling Factors of Environmental Tourism Development in Innovation Economy. *Ekoloji Dergisi*, (106).

- Khurramov, O.K. (2020). "The Role Of The Tourism Sector In The Digitalization Of The Service Economy," *Economics And Innovative Technologies*: Vol. 2020 : No. 1 , Article 6. Available At: <https://Uzjournals.Edu.Uz/Iqtisodiyot/Vol2020/Iss1/6>
- Koo, C., Mendes Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders. *Tourism Review*, 74(1), pp. 1-4. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-208>
- L Ilieva, & L Todorova. (2023). Role of technological innovation for sustainable management of tourism organizations. *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science*, 1269(1), 012038–012038. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1269/1/012038>
- Lengkeek, J. (1999). A thorn for beauty: Tourism involution as a pitfall of sustainability. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 22(1), 83-98.
- López, A., & Ramos, D. (2015). Innovation in services: The case of rural tourism in Argentina. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51(3), 635-646.
- Mendes-Filho, & Ramos, A. (2002). Estratégia Empresarial E Tecnologia De Informação No Turismo. *Revista FARN*.1(2), 37–54.
- Mihalič, T., Žabkar, V., & Cvelbar, L. K. (2012). A hotel sustainability business model: Evidence from Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 701–719. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.632092>
- Mohammadi, F., Yazdani, H. R., Jami Pour, M., & Soltani, M. (2021). Co-creation in tourism: A systematic mapping study. *Tourism Review*, 76(2), 305–343.
- Morant-Martínez, O., Santandreu-Mascarell, C., Canós-Darós, L., & Millet Roig, J. (2019). Ecosystem model proposal in the tourism sector to enhance sustainable competitiveness. *Sustainability*, 11(23), 6652.
- Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., & Merigó, J. (2019). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. *Journal of business research* ,101,819-827.
- Nadkarni, S., & Haider, I. (2022). Digital transformation, operational efficiency and sustainability: innovation drivers for hospitality's rebound in the United Arab Emirates. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(6), 572-578.
- Orfila-Sintes, J., Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2024). The innovative behaviour of tourism firms--Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88–106. [https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v\\_3a36\\_3ay\\_3a2007\\_3ai\\_3a1\\_3ap\\_3](https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v_3a36_3ay_3a2007_3ai_3a1_3ap_3)

- [a88-106.htm](#)Ottenbacher, M. C., & Gnoth, J. (2005). How to develop successful hospitality innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 205-222.
- Parahoo, S. K., Mumtaz, S., Ayyagari, M., Harvey, H. L., & Khazraji, M. A. (2021). Investigating actors and enablers of innovation using a service ecosystem lens: a modelling approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 24(1), 25-44.
- Rabahy, W. A. (2019). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>
- Rapacz, A., Gryszel, P., Walesiak, M., & Dudek, A. (2022). Innovative activity of restaurants operating in the largest Polish cities. *E & M Ekonomie a Management*, 25(2).
- Salleh, M. F. M., Ghazali, N. M., & Mohd, Z. (2022). Impact of knowledge management and service innovation on organizational performance: Evidence from the Malaysian hospitality industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 947526. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.947526>
- Sinkovics, N. (2016). Enhancing the foundations for theorizing through bibliometric mapping. *International Marketing Review*, 33(3), 327-350. doi:10.1108/IMR-10-2014-0341.
- Soares, J. C., Domareski Ruiz, T. C., & Ivars Baidal, J. A. (2022). Smart destinations: a new planning and management approach?. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2717-2732.
- Van Eck, N.J. & Waltman, L. (2010) Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.
- Vargas-Sánchez, A., & Durao, M. (2017). The Role of Social Networks in the Smart Tourism Destination: Application to the South Region of Portugal. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(2), 16.
- Wang, W., Cole, S. T., Chen, J. S. (2018). Tourist Innovation in Air Travel. *Journal of Travel Research*, 57(2), 164-177.
- Warren, C., Becken, S., & Coghlan, A. (2018). Sustainability-oriented Service Innovation: fourteen-year longitudinal case study of a tourist accommodation provider. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1784-1803.

- Yu, J., & Su, X. (2023). Hotel innovation in response to COVID-19: A stakeholder perception study. *Sustainability*, 15(1), 215. <https://doi.org/10.3390/su15010215>
- Zhang, W., Zhan, Y., Yin, R., & Yuan, X. (2022). The tourism eco-efficiency measurement and its influencing factors in the Yellow River Basin. *Sustainability*, 14(23), 15654.

## 4. ESTUDO 2 - ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO: O CASO DO TURISMO NO PARANÁ

### 4.1 RESUMO

O ecossistema de inovação pode ser entendido como uma rede complexa de interações entre diferentes agentes que, juntos, promovem o desenvolvimento de soluções inovadoras. Essa transformação reforça a importância das redes de fornecimento turístico, onde as organizações competem não mais de forma isolada, mas em ecossistemas integrados que incluem turistas, prestadores de serviços, agências governamentais, fornecedores de tecnologia e outros atores. A literatura de turismo reconhece a relevância de múltiplos atores nesses ecossistemas e sua complexidade, mas explora de maneira limitada as capacidades organizacionais necessárias para atuar nesse contexto. O objetivo deste estudo é mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná, analisando as ações dos *hubs*. A pesquisa utiliza uma metodologia exploratória de abordagem qualitativa, composta por 06 entrevistas, baseada em análise bibliográfica e documental se configurando em um estudo de caso. O mapeamento evidenciou a relevância de compreender as interconexões entre os participantes, bem como as capacidades organizacionais necessárias para fomentar práticas inovadoras. Este estudo contribui para a literatura ao explorar a dinâmica dos ecossistemas de inovação no turismo, oferecendo subsídios para estratégias que aumentem a competitividade e sustentabilidade do setor. O turismo, apesar de seu grande potencial, ainda não é amplamente reconhecido como um setor estratégico do turismo, diferente de outras áreas do Paraná.

**Palavras-chave:** turismo; inovação; ecossistema; *hub*; Paraná.

### 4.2 INTRODUÇÃO

A transformação digital e o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) têm sido protagonistas nas mudanças que caracterizam a chamada indústria 4.0. Essas inovações têm provocado transformações em diversos setores econômicos, incluindo o turismo, que vem sendo impactado pela digitalização de processos e pela utilização de novas ferramentas tecnológicas para melhorar a experiência dos viajantes (BUHALIS, 2003; BUHALIS; LAW, 2008; GOMES *et al.*, 2023).

Nesse contexto de crescente digitalização e inovação tecnológica, surge a necessidade de compreender como esses avanços se articulam dentro de estruturas mais amplas, como os ecossistemas de inovação. No setor do turismo, essas transformações não ocorrem de forma isolada, mas inserem-se em ambientes colaborativos onde diferentes atores interagem para impulsionar a inovação e a competitividade regional (CASSIOLATO; LASTRES, 2005). O papel dos ecossistemas de inovação é de integrar tecnologias emergentes, atores diversos e estratégias de desenvolvimento sustentável.

Os ecossistemas de inovação são redes dinâmicas interligando governo,

academia, empresas e sociedade civil. Promovem colaborações estratégicas e desenvolvimento socioeconômico (FELIZOLA; ARAGÃO; SILVA, 2023). O ecossistema no campo da gestão de tecnologia e inovação fornece um sistema de produto/serviço, uma rede social multiníveis historicamente auto-organizada ou projetada de modo gerencial, composta por atores que possuem diferentes atributos, princípios de decisão e crenças (TSUJIMOTO *et al.*, 2017).

A gestão do ecossistema começa com o mapeamento do mesmo para identificar quais atores estão dentro dele, conhecer seus interesses e identificar as inter-relações entre os atores (HILLEBRAND *et al.*, 2015). Muitas organizações tendem a focar nas relações que têm consigo mesmas, enquanto ignoram as relações que outros dentro de seu ecossistema têm entre si.

A relação entre os múltiplos atores no ecossistema de inovação é essencial para promover a colaboração, o compartilhamento de conhecimento e a co-criação de soluções (MIRI; MACKE, 2024). A literatura de turismo reconhece a importância de múltiplos atores sem especificar as capacidades organizacionais necessárias nesses contextos (HANSEN *et al.*, 2019; LIM *et al.*, 2021), e aborda principalmente capacidades relacionais relativamente gerais para operar em redes e clusters, como confiança, controle, compartilhamento de conhecimento, capacidade de absorção e aprendizado interfirmas (DENICOLAI *et al.*, 2010; WILKE *et al.*, 2019).

O conceito de ecossistema de inovação vem sendo discutido pela literatura, evidenciando interações contínuas que geram valor para as organizações e regiões (DUBINI, 1989; NELSON, 1990; DUBINI; ALDRICH, 1991; NELSON, 1993; ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1995; MOORE 1996; CORNET; STONER, 1997; ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1998; CHESBROUGH, 2003; MOORE, 2006; CHESBROUGH; APPLEYARD, 2007; CARAYANNIS; CAMPBELL, 2009; 2010; ISENBERG, 2010; CARAYANNIS, CAMPBELL, 2011; ISENBERG, 2011; CARAYANNIS; BARTH; CAMPBELL, 2012; RANGA; ETZKOWITZ, 2013; ETZKOWITZ, 2013; YEGOROV; RANGA, 2014; CARAYANNIS; RAKHMATULLIN, 2014; ISENBERG, 2014; REHMAN, 2016; ISENBERG, 2016; ROUNDY; BRADSHAW; BROCKMAN, 2018; FELIZOLA; ARAGÃO; SILVA, 2023).

Poucas pesquisas têm enfatizado o ecossistema de inovação no setor turístico. Alguns estudos abordaram a importância do ecossistema como uma unidade de análise para melhor compreender o comportamento de redes dinâmicas, como o turismo (BLASI; SEDITA, 2020), uma análise em hotelaria 4.0 (GOMES *et al.*, 2023), eventos de inovação (DA LUZ *et al.*, 2024), e a crescente discussão da importância da governança corporativa (LEYDESDORFF, 2012; JANSEN; CUSUMANO, 2013; AUDRETSCH *et al.*, 2019; AUDRETSCH; LINK, 2019).

Nos últimos anos, pesquisadores têm aprofundado os estudos sobre ecossistemas de inovação, compreendendo-os como ambientes dinâmicos compostos por múltiplos atores que interagem para co-criar valor e promover a inovação. Bogers, Zobel e Chesbrough (2024) exploram uma perspectiva evolutiva desses ecossistemas, destacando a interdependência entre empresas, universidades e governos em redes colaborativas voltadas à inovação aberta. Granstrand e Holgersson (2023), por sua vez, propuseram uma nova taxonomia para os ecossistemas de inovação, considerando fatores como complementaridade tecnológica e a centralidade de empresas líderes nos processos de inovação. Complementando essa discussão, Ritala e Gustafsson (2023) enfatizam os papéis distintos dos atores e a importância de mecanismos de governança eficazes e de compartilhamento de valor para a sustentabilidade dos ecossistemas.

O ecossistema de inovação do Paraná caracteriza-se por uma rede estruturada de instituições acadêmicas, empresas, *startups*, órgãos governamentais e entidades do terceiro setor que promovem a pesquisa, o desenvolvimento tecnológico e a criação de soluções inovadoras. O estado conta com um ambiente favorável à inovação, impulsionado por universidades, parques tecnológicos, aceleradoras e incubadoras que fomentam o empreendedorismo e a colaboração entre diferentes atores. Dessa forma, o objetivo deste estudo é mapear o ecossistema de inovação no setor turístico do Paraná, analisando as ações dos *hubs*. Assim, o mapeamento de ecossistemas de inovação é fundamental para identificar os atores-chave e suas interações, permitindo uma visão sistêmica e estratégica do ambiente inovador. Esse mapeamento apoia a formulação de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento mais assertivas, estimulando parcerias e sinergias entre setores diversos (BOGERS *et al.*, 2024). Além disso, oferece subsídios para o monitoramento do desempenho do ecossistema, antecipando

gargalos e orientando investimentos (GRANSTRAND; HOLGERSSON, 2023). Como apontam Ritala e Gustafsson (2023), compreender a estrutura relacional e os fluxos de conhecimento entre os participantes é essencial para fomentar a inovação de forma contínua e coordenada.

A partir desta introdução, este estudo está organizado em mais cinco seções: A fundamentação teórica, na sequência a metodologia, depois os resultados juntamente com sua discussão; e finalmente as considerações finais e referências.

### **4.3 ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO NO TURISMO**

A busca pela inovação nas organizações têm sido um dos fatores-chave da competitividade e crescimento nos diferentes mercados. Os principais fundamentos desse crescente movimento estão situados, não exaustivamente, nos conceitos de sistema nacional de inovação (NELSON, 1993), tripla hélice (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 2000), e inovação aberta (CHESBROUGH, 2003). O estabelecimento de parcerias mostra-se vantajoso tanto para acelerar a inovação (ADNER; KAPOOR, 2010) quanto para reduzir o risco de fracasso (ADNER, 2006).

A inovação é vista como fundamental para a competitividade e sustentabilidade do turismo em um mercado em constante transformação. Conceitos como destinos turísticos inteligentes, turismo de experiência e economia compartilhada estão no centro das discussões sobre inovação no setor (MORAIS, 2020).

Um ecossistema de inovação é o conjunto evolutivo de atores, atividades e artefatos (produtos e/ou serviços), e de instituições e relações, incluindo relações complementares, que visam colaboração, e substitutas — que visam competição, que são importantes para o desempenho inovador de um ator ou de uma população de atores. (NUNES; STEINBRUCH, 2024) Ecossistema pode ser definido como a estrutura de alinhamento do conjunto multilateral de parceiros que precisam interagir para que uma proposta de valor local se materialize (ADNER, 2017). Um ecossistema de inovação se configura no “espaço que agrega infraestrutura e arranjos institucionais e culturais, que atraem empreendedores e recursos financeiros e constituem lugares que potencializam o desenvolvimento da sociedade do conhecimento” (MCTI, 2019).

O ecossistema de inovação é composto por fatores organizacionais além dos

aspectos científicos, tecnológicos e econômicos, incluindo fatores culturais, sociais e organizacionais que impactam a complexidade relacional do desenvolvimento do ecossistema (FIGUEIREDO; VALENTE, 2024). Ecossistema de inovação representa uma teia complexa de atores interdependentes, que se relacionam para criar valor comercial, assim, os ecossistemas de inovação podem fornecer acesso a recursos, como financiamento, educação e treinamento. Isso pode ajudar as pessoas a iniciar e crescer seus negócios turísticos. Terceiro, os ecossistemas de inovação podem ajudar a criar uma cultura de inovação (D'AURIA *et al.*, 2016).

A natureza interdependente dos ecossistemas implica que o sucesso da gestão de um ecossistema por um ator depende fortemente da capacidade e disposição de outros atores do ecossistema para cooperar. Essa característica tem sido amplamente reconhecida pela literatura sobre turismo (TIMUR; GETZ, 2009; HANSEN *et al.*, 2019; ROXAS *et al.*, 2020).

Ao envolver os atores do ecossistema, uma organização os empodera, permitindo-lhes participar das decisões relacionadas ao produto turístico (HILLEBRAND *et al.*, 2015). Como o ecossistema de inovação no turismo refere-se ao conjunto de atores, recursos e processos que, de forma colaborativa, impulsionam o desenvolvimento de soluções inovadoras para o setor e é composto por empresas de tecnologia, *startups*, governos, instituições acadêmicas, associações de classe, entidades do terceiro setor e turistas. O ecossistema de inovação é o conjunto evolutivo de atores, atividades e artefatos (produtos e/ou serviços), e de instituições e relações [...] importantes para o desempenho inovador” (MCTI, 2024).

As organizações que buscam integrar os atores do ecossistema em suas iniciativas voltadas para a criação de um turismo sustentável, evidenciam os sistemas gerenciais, como a participação desses atores em conselhos ou comitês (JAMAL; GETZ, 1999). Além disso, organizações de turismo podem se beneficiar de sistemas técnicos que favorecem o engajamento dos atores do ecossistema, como programas de capacitação comunitária, concursos de ideias e programas educacionais, os quais auxiliam os atores a compreender o problema em questão e tomar decisões bem fundamentadas. Assim, nos ecossistemas de inovação, as organizações concorrentes muitas vezes têm a obrigação de colaborar umas com as outras em grandes fóruns para desenvolver os padrões técnicos que permitem a

interoperabilidade entre seus produtos (RANGANATHAN; GHOSH; ROSENKOPF, 2018).

Os ecossistemas de turismo inteligente são sistemas compostos por atores (usuários considerados tanto como clientes quanto como cidadãos, outras empresas do mesmo setor, empresas de outros setores, sistemas de transporte e infraestrutura, governo local, associações) que integram recursos tangíveis e intangíveis simultaneamente. Esses sistemas operam: Utilizando tecnologias e instituições pré-existentes como meios para a co-criação de valor bem-sucedida no curto prazo e ou criando novas tecnologias (inovação) ou instituições (práticas, regras sociais, valores...) longo prazo (POLESE *et al.*, 2018).

O ecossistema de inovação no turismo representa um fator estratégico para o desenvolvimento sustentável e competitivo dos destinos turísticos. A contínua articulação entre os atores do ecossistema e a adoção de novas tecnologias são essenciais para consolidar o estado como um destino turístico inovador, sustentável e alinhado às demandas do mercado global. Nesse contexto, o turismo não pode mais ser compreendido como um setor isolado, mas sim como parte de uma rede estratégica que integra saberes, recursos e práticas inovadoras voltadas à criação de valor para os territórios e para os visitantes.

#### **4.4 METODOLOGIA**

A pesquisa utiliza uma metodologia exploratória de abordagem qualitativa, com a realização de 06 entrevistas em profundidade, baseada em análise bibliográfica e documental se configurando em um estudo de caso.

Dada a escassez de estudos consolidados na área, esta pesquisa classifica-se como exploratória, com o propósito de ampliar o conhecimento e contribuir para a construção de uma base teórica e prática sobre inovação no turismo. A pesquisa apoiou o levantamento de dados sobre o Paraná disponibilizados por instituições (SEI, 2024; SETU, 2024; INOVA PARANÁ, 2024; IPARDES, 2024; SEBRAE, 2024). Segundo Silva e Souza (2023), a pesquisa documental permite explorar e analisar informações contidas em fontes secundárias de forma sistemática, o que é fundamental para temas ainda pouco investigados.

Para o mapeamento dos ecossistemas de inovação no Paraná, foi realizado

um estudo de caso. É um modo de se investigar um fenômeno empírico seguindo um conjunto de procedimentos pré-especificados e que pode ser utilizado, especialmente, com as seguintes finalidades (YIN, 2001, p.34-35). O estudo de caso não busca a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos (YIN, 2015). Portanto, apresenta-se o estudo de caso numa perspectiva de raciocínio dedutiva.

Neste estudo, considerou-se a entrevista uma técnica de coleta de dados (DUARTE, 2004; GIL, 2008), devido à necessidade de planejamento detalhado. As entrevistas semiestruturadas (Apêndice I), amplamente utilizadas, combinam perguntas abertas e fechadas, permitindo ao informante discorrer sobre o tema enquanto o pesquisador segue um roteiro pré-definido, intervindo para clarificar ou aprofundar questões (SEIDMAN, 2013; MANZINI, 2004; LEITÃO; PRATES, 2017). As entrevistas foram online e ocorreram de dezembro de 2024 à janeiro de 2025, foram gravadas e transcritas na íntegra para análise e triangulação dos resultados, e a identidade dos entrevistados foi preservada e categorizada de acordo com o Quadro 1. A análise cruzada das entrevistas semiestruturadas com o referencial teórico possibilitou a triangulação que colabora na confiabilidade do estudo (NUNES *et al.*, 2020).

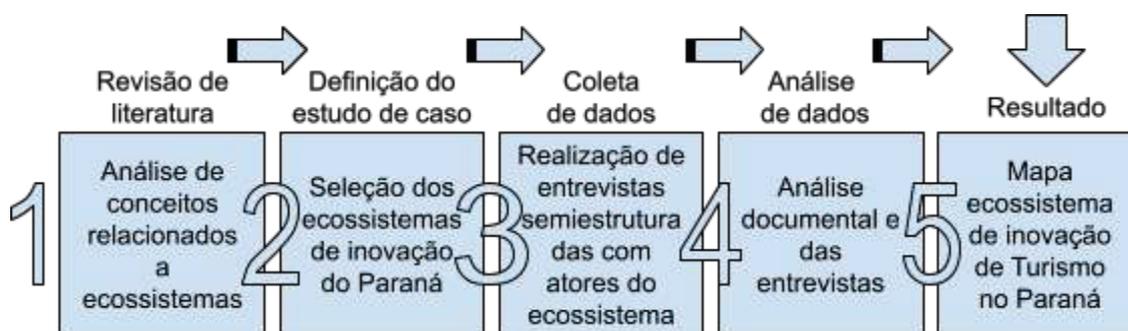
Quadro 3: **Categorização da Amostra**

<b>Classificação</b>	<b>Gênero</b> M-Masculino F-Feminino	<b>Nível Cargo</b> P-Presidente D-Diretor G-Gerente	<b>Setor</b> IT - Inovação e Tecnologia AIT - Administração, Inovação e Tecnologia T - Turismo	<b>Organização</b> P-Público PV-Privado EM-Economia Mista
Entrevistado #1	M	G	IT	Economia Mista
Entrevistado #2	M	G	AIT	Privado
Entrevistado #3	F	D	T	Privado
Entrevistado #4	F, M	P	T	Público
Entrevistado #5	M	D	T	Economia Mista
Entrevistado #6	M	P	T	Privado

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

As entrevistas foram realizadas com entidades relacionadas com o turismo e com o ecossistema de inovação do Paraná, procurando assim, obter respostas que possam sustentar a temática principal deste estudo. Neste sentido, as perguntas procuraram corresponder ao objetivo de estudo e também à fundamentação dos gestores junto ao próprio ecossistema de inovação. Para Dos Reis *et al.* (2019), o processo de triangulação é aplicado para validar e confrontar os dados coletados.

Figura 4: **Resumo dos Procedimentos Metodológicos**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

## 4.5 RESULTADOS

O ecossistema de inovação do Paraná reflete um ambiente dinâmico e crescente, impulsionado por políticas públicas e iniciativas colaborativas entre governo, setor privado, universidades e *startups*. A criação de *hubs* de inovação em diversas regiões do estado, como o Vale do Pinhão em Curitiba e Itaipu Parquetec em Foz do Iguaçu, o Biopark em Toledo, evidencia o fomento à inovação e o empreendedorismo em setores estratégicos como biotecnologia, agronegócio, saúde, tecnologia e turismo (IPARDES, 2024; IBGE, 2024; SEBRAE, 2024; SEI, 2024).

No Paraná, há 18 regiões turísticas com Instâncias de Governança Regional reconhecidas. Nestas regiões turísticas a Secretaria de Inovação mapeou 188 ambientes de inovação. Dentre eles, muitos possuem ações relacionadas ao turismo, como na regional Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu. Destacam-se o Itaipu Parquetec e o Biopark, ambos parques tecnológicos focados em diversas áreas de inovação. Entretanto, apenas o Itaipu Parquetec possui *startups* incubadas e ações estruturadas voltadas especificamente para o setor de

turismo.

Das 1.758 *startups* identificadas no Paraná, 1.155 estão formalizadas, refletindo progresso e esforço contínuo no fortalecimento de negócios. Segundo o Sebrae/PR, 454 *startups* estão na região de Curitiba, sendo 430 formalizadas e 24 informais. A maioria atua em saúde, tecnologia, educação, fintechs e construção, com turismo inserido na categoria "outros" (SEBRAE, 2024). A categoria "Outros" lidera em porcentagem de *startups* no Paraná, com destaque para 27,27% na região Sul e 17,65% no Oeste. Embora Curitiba tenha iniciativas como Curitiba Destino Inteligente, apenas 5,18% das *startups* locais atuam em turismo, evidenciando um potencial ainda subaproveitado no setor. De uma forma geral, há uma unanimidade nas respostas, pois todos os entrevistados reconhecem que o turismo é escasso no ecossistema de inovação no Paraná.

#6/M/P/T/PRIV: No Paraná a inovação é presente e muito visível em diversos setores, como o agronegócio e como no setor de serviços, porém, no turismo ainda não é protagonista.

#3/F/P/T/PV: Existe dificuldade no setor de turismo, especificamente na áreas das *startups*, por sermos uma entidade privada, sem fins lucrativos mas que gera negócios e impacto econômico em seus associados, não conseguimos ainda vender a ideia de que as soluções de inovação às quais integramos tragam melhora financeira ou de resultado que gerem receita imediata. Portanto, não são prioridade, e assim, são tratadas de forma secundária na lista.

Os *hubs* de inovação integram e estimulam a interação entre diversos atores de um ecossistema de inovação como *startups*, empresas, instituições de ensino e pesquisa, além de investidores, inseridos no ecossistema de inovação, com a finalidade de gerar desenvolvimento econômico e social, a partir do conhecimento (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017). Para Ribeiro, Andrade e Zambalde (2015), o objetivo das incubadoras tecnológicas é dar suporte a pequenas e microempresas de base tecnológica que busquem a diversificação e a revitalização econômica, agregando valor aos seus produtos, viabilizando a interação com centros de ensino e pesquisa, para que a região beneficiada tenha maior produtividade e seja mais competitiva no mercado.

Dessa forma, muitos *hubs* de inovação são focados em áreas diversas, como a inovação tecnológica também desempenha um papel fundamental na sustentabilidade do turismo, integrando soluções inteligentes para reduzir impactos ambientais. Segundo Buhalis, O'Connor e Leung (2023), a adoção de inteligência

artificial, *big data* e IoT permite otimizar a eficiência energética, gerenciar melhor os recursos e implementar práticas sustentáveis na hotelaria, promovendo destinos mais resilientes e ambientalmente responsáveis, o que corrobora com algumas falas.

#6/M/P/T/PRIV: A inovação tem essa correlação com tecnologia e com a área de finanças mas também com a sustentabilidade, pois hoje a inovação no turismo pode ocorrer na empresa por meio da sustentabilidade. No turismo pode estar em práticas que minimizem os impactos negativos da atividade turística, ao mesmo tempo em que criam experiências autênticas e responsáveis para os visitantes, melhorando o próprio atendimento.

#3/F/P/T/PV: Para nossa instituição, acredito que hoje não haja essa correlação bem definida em relação à sustentabilidade, mas buscamos parcerias com organismos fora do turismo, para fomentar negócios diversificados para a cidade e nossos associados.

A relação entre inovação e sustentabilidade no turismo é complexa, porém essencial para o desenvolvimento de destinos turísticos competitivos e responsáveis. As falas reforçam que a sustentabilidade e a inovação ainda precisam desenvolver caminhos mais claros para que seja implementada.

A Agência Curitiba, criada em 2007, promove inovação e desenvolvimento econômico via parcerias público-privadas. Responsável pelo Vale do Pinhão, Invest Curitiba e programas como Bom Negócio, enfrentou limitações entre 2013-2017, quando o Curitiba Tecnoparque foi suspenso por falta de conselho deliberativo, impactando políticas públicas de inovação no município. Silva (2012) e Carvalho *et al.* (2020) abordam a importância da participação dos diversos atores na governança dos ecossistemas de inovação. Da Silva & Amaral (2023) reiteram que os instrumentos de governança servem tanto para garantir o sigilo de novas criações quanto para viabilizar sua execução, possibilitando a inovação e garantindo a segurança nas relações entre os atores do ecossistema de inovação.

#1/ M/G/IT/EM:... A agência Curitiba tem como sócios a Prefeitura Municipal de Curitiba, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), a Federação do Comércio do Estado do Paraná (Fecomércio) e a Federação das Associações Comerciais e Empresariais (Faciap). Quando se fala de quais são os atores de ecossistema turístico eles transitam em todas as esferas (municipais e estadual). Todas essas instituições são importantes para fomentar a inovação, independente da área, assim como o município, o Instituto Municipal de Curitiba com a Escola de Turismo desenvolve e capacita o turismo na cidade, e também o Projeto Destino Turístico Inteligente - DTI que desenvolve ações e soluções inovadoras para o destino.

No Paraná, *hubs* de inovação oferecem pré-incubação, incubação e aceleração. Segundo a ANPROTEC (2020), empresas incubadas recebem suporte

em gestão, tecnologia e mercado, enquanto empresas graduadas, após o processo de incubação, desenvolvem-se autonomamente, destacando a diversidade e importância desse modelo no ecossistema de inovação brasileiro. Quando essas empresas se tornam independentes, inicia-se o chamado período de pós-incubação, que fará com que passem a se denominar “empresas graduadas” (OCAMPO; IACONO; LEANDRO, 2019).

#6/M/P/T/PV: ...o setor de turismo, por ser extremamente abrangente, integra diversos segmentos de atividades econômicas, como hospedagem, transporte, alimentação, lazer, eventos, entre outros. Cada um desses segmentos possui suas próprias características, objetivos, e demandas, o que pode gerar interesses distintos, mesmo dentro do mesmo setor, por isso há dificuldade de fortalecer o setor como um todo e há conflitos de interesse e necessidade de outras áreas para fortalecimento e potencialização do setor. Os *hubs* e ecossistema fazem isso, podem ser essa ponte.

As verticais de Customer Service (Serviço ao cliente) e IT & Comm (Tecnologia de informação e Comunicação) indicam uma ênfase em melhorar a infraestrutura de suporte e a digitalização, enquanto EduTech (Educação) e ADTech & Martech (Marketing Digital e Anúncio) refletem a digitalização das práticas comerciais e educacionais. RetailTech (Varejo), FinTech & InsurTech (Finanças e Seguros) e FoodTech (Alimentício) revelam um compromisso com a evolução da experiência do consumidor e com a sustentabilidade. Em conjunto, estas verticais evidenciam um ecossistema de *startups* diversificado e dinâmico, pronto para abordar os desafios atuais e futuros com soluções inovadoras e tecnologicamente avançadas, mas infelizmente ainda não é o suficiente para a área de turismo. Apesar de possuir 1.758 *startups*, apenas 5,18% atuam no turismo, destacando oportunidades para o setor (SEBRAE, 2024).

Curitiba possui sete principais *hubs* de inovação, mas somente três possuem projetos diretamente ligados ao turismo: Hotmilk, Vale do Pinhão e Icities. Outros *hubs* têm foco em serviços relacionados ao turismo, mas não de forma específica, indicando oportunidades para ampliar iniciativas voltadas. O Paraná apresenta ecossistemas regionais de inovação variados: Iguassu Valley no Oeste, Agrovalley e Redfoot no Norte, e Hub Connect Health Tech no Noroeste. Essas iniciativas abrangem setores diversificados, com destaque para agropecuária, saúde e *startups*, evidenciando o potencial de inovação em diferentes regiões do Estado.

Quadro 4: **Hubs de inovação com ações para turismo**

Hub de Inovação	Ação/Segmento	Local
-----------------	---------------	-------

Hotmilk	Hospeda Eventos	Curitiba
MindHub	Serviços	Curitiba
Habitat Senai	Serviços	Curitiba
Hipe Hub	Serviços	Curitiba
Pinhão Hub	Destinos Turísticos Inteligentes - DTI	Curitiba
Tecpar	Serviços	Curitiba
Icities	Destinos Turísticos Inteligentes - DTI	Curitiba
Itaipu Parquetec	Turismo e DTI	Foz do Iguaçu
ExoHub	Serviços	Foz do Iguaçu
UniHub	Serviços, Tecnologia	Foz do Iguaçu
Acic Labs	Serviços	Cascavel
Biopark	Agro e Serviços	Toledo
Itecpb	Serviços	Pato Branco
Biopark	Agro e Serviços	Toledo
Aceleradora Go Agritech	Agro e Serviços	Londrina
Founder Institute	Serviços	Londrina
Centro de Inovação Maringá	Serviços e Gestão	Maringá
Incubadora Tecnológica Maringá	Serviços	Maringá
Fundação Educere	Educação e Serviços	Campo Mourão
Ineti	Serviços	Irati

Fonte: Elaboração própria baseado nas informações da SEI, 2025.

O Quadro 4 lista 20 *hubs* de inovação no Paraná, destacando áreas e localizações. Curitiba lidera com *hubs* como *MindHub* e Habitat Senai, além do Pinhão Hub, voltado para destinos turísticos inteligentes. Foz do Iguaçu se destaca com *hubs* ligados ao turismo. Outras cidades, como Pato Branco, Maringá, Cascavel e Londrina, também refletem a força e diversidade do ecossistema estadual (SEI, 2024).

Mapear os ecossistemas de inovação no Paraná é importante para o avanço da inovação colaborativa na região. Este mapeamento permite identificar e compreender as interações entre diversos atores, como *startups*, empresas

estabelecidas, universidades, centros de pesquisa e órgãos governamentais, que compõem o ecossistema de inovação (Figura 05).

Figura 5: Mapa do Paraná com os *hubs* selecionado por região



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Apesar de iniciativas como os mapeamentos realizados pela Secretaria da Inovação e pelo SEBRAE e por outras instituições, ainda não existe um mapeamento específico do ecossistema de inovação voltado para o turismo ou do setor turístico. Essa ausência evidencia uma lacuna na atuação dos *hubs* e atores relacionados ao setor turístico. Algumas falas dos entrevistados fortalecem a importância de estudos de mapeamento e monitoramento do ecossistema de inovação.

#2/M/G/ATI/PV: Existe um mapeamento realizado pelo SEBRAE no Paraná. Neste mapeamento tem de 30 a 35 municípios mapeados, e existe um monitoramento em todos os ambientes de inovação, com todas as verticais, sendo desde saúde, educação, agronegócio e também se tem nesses ambientes o turismo. Outro exemplo é um projeto que o sistema local de inovação que o Paraná participa, sendo o da região oeste o mais fixo em relação aos ambientes.

#4/F,M/P/T/P: Ano passado a cidade de Foz do Iguaçu recebeu o título de Destino Turístico Inteligente Emergente pelo Ministério do Turismo, sendo inserido no mapeamento para o Mapa no Turismo e Inovação do Ministério do Turismo. Estas ações são importantes para fomentar a inovação.

A inovação no setor turístico surge por meio de um processo colaborativo entre esses dois ambientes. Esse processo leva à implementação de práticas inovadoras, mostrando a importância da colaboração entre diferentes atores para promover a inovação no setor.

#6/M/P/T/PRIV: Quando falamos sobre turismo, estamos tratando de um setor que é, por necessidade, colaborativo e competitivo ao mesmo tempo. E isso é algo maravilhoso, porque tanto os concorrentes quanto os parceiros têm um papel fundamental no setor. A concorrência e as parcerias dão aquela visibilidade e consequência de que o turismo não é construído sozinho. É importante que a gente enxergue os concorrentes e parceiros não como opostos, mas como complementos de um ecossistema que se fortalece quando colaboramos e aprendemos uns com os outros.

#3/F/P/T/PRIV: As parcerias dos associados e stakeholders fortalecem o turismo, unindo esforços para criar experiências inovadoras e transformadoras, impulsionando o crescimento do setor e promovendo o destino.

#2/M/G/ATI/PRIV: As parcerias do Sebrae no turismo impulsionam inovação, qualificam empreendedores e fortalecem negócios, criando um ecossistema competitivo que transforma destinos e valoriza experiências únicas para os turistas.

As Políticas públicas, como a Lei de Inovação (Lei nº 20.541/2021), fortalecem setores estratégicos, promovendo colaboração entre governo, empresas e academia. Destaque para biotecnologia, agronegócio, saúde, tecnologia e turismo, refletindo o compromisso com o desenvolvimento sustentável e o empreendedorismo. Diversas falas evidenciaram as parcerias entre os atores e stakeholders para potencializar ações em conjunto.

#2/M/G/ATI/PV: Atuamos no sistema regional de inovação, que envolve atores de fomento, atores institucionais, atores empresariais governamentais, acadêmico e científico... todas as ações são em colaboração e parceria, projeto atual por exemplo está sendo junto com o parque tecnológico, a gente está atuando junto com a institutos, junto com todos esses outros atores, é, então tem universidades, então as ações. A gente sempre procura os parceiros estratégicos para que a gente tenha sucesso nos programas e ações.

#3/F/P/T/PV: Fazemos parte de um Ecossistema de Destinos Inteligentes onde integram-se poder público, sistema S, IES e empresas. Temos um termo de parceria com esse Ecossistema, onde temos deveres e tarefas a cumprir, outra forma é através de convênios e incentivos a ações inovadoras para o turismo da cidade como por exemplo o projeto Inovatur e o projeto de Lei da Deputada Estadual Maria Vitória que prevê a oficialização de Rotas de Turismo através dos Parques Tecnológicos do Paraná.

#4/F,M/P/T/P: Para o setor existe uma parceria com Associações, Institutos e Sindicatos do setor, Agências de Desenvolvimento, Universidades, Receita Federal, Câmara de Vereadores, Atrativos Turísticos, Forças de Segurança, e etc. Secretarias Municipais: Secretaria de Turismo, Secretaria do Meio Ambiente, Secretaria de Planejamento, Secretaria de Tecnologia e Inovação, Secretaria de Planejamento, Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Órgãos institucionais da Região Trinacional: CODEFOZ,

CODETRI, Secretaria de Turismo de Puerto Iguazu, Secretaria de Turismo de Ciudad Del Este, e etc.

#5/M/D/TI/PV: Nossa participação na Gestão Integrada do Turismo, uma iniciativa que une esforços do poder público e da iniciativa privada, reforça o compromisso de promover o destino tanto nacional quanto internacionalmente. Essa união é essencial para integrar a oferta turística, assegurar uma experiência diversificada e completa para os visitantes, além de fortalecer pilares como turismo sustentável, inovação e o desenvolvimento econômico.

#6/M/P/T/PRIV: É importante que as colaborações e parcerias existem, para eventos existem, porque não para potencializar o setor? O setor de turismo apesar de ser diverso ele tem muitas parcerias para que aconteça ele, e a inovação nele também, não tem como falar de turismo potencializado sem parcerias com tecnologias e sustentabilidade por exemplo. Existe a Abeoc, Abih, Secretarias, Universidades, Fecomércio, Sebrae e outras instituições.

Entretanto, o setor de turismo ainda enfrenta desafios para se integrar completamente ao ecossistema de inovação, apesar das iniciativas emergentes como o Ecossistema Curitiba Destino Inteligente e o projeto Inovatour. Sobre estas iniciativas diversas falas foram correspondentes e que revelam um apoio mútuo nas ações do projeto.

#1/M/G/IT/EM: O Projeto Destino Turístico Inteligente - DTI tem um ecossistema próprio que a Prefeitura de Curitiba gerencia com apoio do Sebrae. No Vale do Pinhão existe o grupo de trabalho do DTI, e várias empresas participam de outras áreas. Existe um gargalo no setor turístico dentro do Vale do Pinhão e isso é importante para potencializar iniciativas no turismo.

#3/F/P/T/PV: Fazemos parte do Ecossistema de DTI de Curitiba e temos contribuído com a promoção de algumas ações e práticas dos demais parceiros envolvidos.

#4/F,M/P/T/P: A partir do projeto de DTI - Destino Turísticos Inteligentes, estamos trabalhando em parceria com o Conselho Municipal de Tecnologia, além do SEBRAE e demais instituições voluntárias do setor de turismo. A tecnologia é fundamental para aprimorar a eficiência administrativa, fortalecer a comunicação mais ágil interna e entre os membros do Conselho e ainda aumentar a transparência nas decisões e ações da organização. Algumas plataformas digitais facilitam o gerenciamento de pautas, atas de reuniões e documentos oficiais, garantindo acessibilidade e organização; as ferramentas online, como reuniões virtuais, ampliam a participação de representantes e parceiros e facilitam a rotina da diretoria; e o uso de redes sociais é essencial para divulgar as nossas ações, atrair atenção para temas prioritários e engajar o trade. O turismo se beneficia com agilidade na inovação e na tecnologia.

#5/M/D/TI/PV: Consideramos o SmartCTI essencial para nos mantermos competitivos. É importante o DTI para o turismo. Como um ambiente de testagem e validação de tecnologias, o SmartCTI representa um marco na transformação do setor turístico, integrando inovação e sustentabilidade. Ele coloca à disposição toda a infraestrutura do Complexo Turístico Itaipu para experimentação, permitindo testar, validar e escalar soluções com potencial de transformar a experiência do visitante. Mais do que um espaço para inovação, o SmartCTI é uma plataforma estratégica para moldar o futuro do turismo.

A participação ainda tímida das *startups* de turismo nos *hubs* de inovação destaca a necessidade de políticas mais direcionadas e articulações eficazes que promovam a inovação nesse setor. O mapeamento das interações entre os diversos atores envolvidos é essencial para identificar lacunas e oportunidades, visando fortalecer a posição do turismo no contexto inovador do estado. Com o estudo de caso e o resultado das 6 entrevistas foram identificadas 5 dimensões (colaboração e parcerias, inovação, inovação em processos, inovação organizacional, inovação em marketing), (ORFILA-SINTES *et al.*, 2007; PIKKEMAAT & WEIERMAIR, 2007; HJALAGER, 2010; PIVČEVIĆ, PRANIČEVIĆ, 2012) que serão exploradas no estudo 3.

#### **4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2021), as *startups* do setor turístico desempenham um papel crucial na inovação, oferecendo soluções tecnológicas que atendem às demandas emergentes do mercado. A diversificação e expansão contínua desses ecossistemas são cruciais para o desenvolvimento econômico e social sustentável do Paraná. A presença dessas empresas é um indicador da maturidade dos ecossistemas de inovação em turismo e revela as tendências tecnológicas com maior potencial de crescimento. Apesar do Paraná possuir um ecossistema de inovação consolidado, com uma distribuição geográfica diversificada de ambientes de inovação (SEBRAE, 2023), o turismo está inserido na categoria "outros", o que evidencia que as iniciativas são escassas no setor.

O avanço contínuo do ecossistema de inovação no Paraná demonstra o potencial do Estado em se tornar um polo de inovação no Brasil e indica um esforço para promover o desenvolvimento regional e democratizar o acesso à inovação. Regiões como Curitiba, Oeste Paranaense e Londrina destacam-se por possuírem *hubs* de inovação robustos e uma rede de apoio consolidada, o que facilita o crescimento de *startups* e o desenvolvimento de novos negócios, porém em outras áreas.

No entanto, é fundamental superar os desafios existentes para garantir que o turismo seja um setor prioritário dentro desse ecossistema. A inclusão do turismo como foco principal das ações de inovação é essencial para aproveitar todo o potencial do setor e impulsionar o desenvolvimento econômico do Estado. A

disparidade no desenvolvimento regional e a falta de um detalhamento das interações no ecossistema turístico exigem estratégias de governança inclusiva e desenvolvimento regional.

O Paraná, reconhecido internacionalmente por sua inovação, possui um ecossistema promissor para o turismo, o que foi evidenciado por todos os entrevistados e confirmado pelos documentos analisados. A presença de *startups* e a iniciativa de destinos turísticos inteligentes são exemplos que demonstram o potencial de integrar turismo e inovação. No entanto, apesar de avanços, o setor turístico ainda carece de políticas específicas e maior priorização dentro do ecossistema de inovação.

Os resultados da pesquisa, obtidos por meio do mapeamento, análise dos *hubs* de inovação e das entrevistas com gestores, evidenciam um consenso quanto à natureza colaborativa do ecossistema de inovação para a prática do turismo. Embora a pesquisa tenha identificado uma lacuna na integração do turismo nesse contexto, os atores consultados demonstram um entendimento claro da importância da cooperação entre os diferentes atores para o desenvolvimento de práticas inovadoras no setor.

A compreensão mais detalhada das interações entre os atores deste segmento devido ao número reduzido de entrevistados (seis) e a predominância de iniciativas voltadas para outras áreas estratégicas como agronegócio, saúde e tecnologia evidenciam uma escassez de dados específicos sobre turismo e inovação. Por conta disso restringiu a possibilidade de generalização dos resultados, conferindo à pesquisa um caráter exploratório, cuja finalidade está centrada na compreensão inicial do fenômeno e na abertura de caminhos para estudos futuros mais abrangentes.

Como contribuição teórica, este estudo avança ao ampliar o debate sobre o ecossistema de inovação no setor turístico, destacando suas características, desafios e oportunidades no contexto do Paraná. Adicionalmente, oferece uma perspectiva sobre como a integração entre stakeholders pode fomentar práticas inovadoras e consolidar o turismo como um setor estratégico. No âmbito prático, o estudo evidencia a importância do processo colaborativo no ecossistema de inovação, demonstrando como essas interações promovem iniciativas criativas e sustentáveis. Esses insights podem direcionar a formulação de projetos e auxiliar

gestores do setor turístico na tomada de decisões mais alinhadas às demandas contemporâneas. Pesquisas futuras podem explorar modelos de integração e tecnologias digitais para consolidar o turismo como um setor estratégico no Paraná, aproveitando o potencial dos ambientes de inovação existentes em outras áreas.

#### 4.7 REFERÊNCIAS

- Adner, R. (2017). The wide lens: What successful innovators see that others miss. *Portfolio*.
- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic Management Journal*, 31(3), 306-333.
- Audretsch, D. B.; Link, A. N. (2019). Sources of knowledge and entrepreneurial behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 249-256.
- Audretsch, D. B., et al. (2019). The role of public policy in the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 53, 419-428.
- Bathlélt, H.; Malmberg, A.; Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: Local buzz, global pipelines and the process of innovation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Bieger, T.; Walter, P.; Thiessen, S. (2007). Jet age tourism. *Tourism Review*, 62(1), 52-63.
- Blasi, V.; Sedita, S. (2020). Analyzing the role of ecosystems in dynamic tourism networks. *Annals of Tourism Research*, 83, 102921.
- Bogers, M., Sims, C., & West, J. (2019). Innovation ecosystems. *Industrial and Corporate Change*, 28(6), 1145-1174.
- Brasil, Congresso Nacional. (2004). *Lei da Inovação*.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.
- Bulc, V. (2011). Innovation ecosystem and tourism. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 1(1), 27-34.
- Campos, J. A. (2022). *Inovação no desenvolvimento econômico e social: Teoria e prática*.
- Cassiolato, J. E.; Lastres, H. M. M. *Sistemas de inovação e desenvolvimento: evidências do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

- Carayannis, E.; Rakhmatullin, R. (2014). The quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialisation strategies for sustainable and inclusive growth in Europe and beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212-239.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M. (1995). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Coe, N. M.; Bunnell, T. G. (2003). 'Spatializing' knowledge communities: Towards a theoretical framework. *Progress in Human Geography*, 27(4), 490-511.
- D'Uría, S.; Scott, A.; Baird, T. (2016). Innovation ecosystems and value creation in tourism. *Tourism Economics*, 22(3), 536-554.
- Denicolai, S.; Zaroni, S. & Graziano, M. (2010). Knowledge and innovation in tourism networks: The role of absorptive capacity. *Tourism Management*, 31(4), 413-425.
- Doring, T., & Schnellenbach, J. (2006). Innovation and regional development: Theories and empirical evidence. *Regional Studies*, 40(4), 439-456.
- El Khwesky, T., & El Khwesky, A. (2022). IoT and the hospitality industry: Innovations and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(2), 215-229.
- El, R., Van der Klauw, S., & Kamerling, J. (2020). Sustainable tourism through collaborative innovation. *Tourism Management*, 81, 104-114.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and "Mode 2" to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Felizola, M. P. M., Aragão, I. M. de, & Silva, A. L. S. (2024). A articulação dos atores do ecossistema paranaense de inovação. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 18(1), 41-58.
- Freeman, C. (1979). *The economics of industrial innovation*. Penguin Books.
- Gartner, W. B., & Drucker, P. F. (1987). *Innovation and entrepreneurship by Peter F. Drucker*. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172-175.
- Goddin, B. (2006). The invention of innovation: A conceptual history of technical change. *History of Science*, 44(1), 43-67.
- Gomes, P., Dubar, E., & Paulo, M. (2023). Hotel 4.0: The impact of the fourth industrial revolution on the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(2), 345-360.

- Hansen, K., Gonzalez, M., & Ferrari, S. (2019). Collaborative networks and the tourist experience: A review of the literature. *Tourism Management Perspectives*, 29, 37-46.
- Hjalager, A. M. (2000). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 21(4), 403-413.
- Jackson, M.; Murphy, P. (2002). Clusters of tourism. *Journal of Travel Research*, 41(2), 76-84.
- Nelson, R. R. (1993). *National innovation systems: A comparative analysis*. Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2008). *Gestão da inovação* (3ª ed.). Bookman.
- UNWTO. (2020). *Global report on innovation in tourism*. World Tourism Organization.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.

## 5. ESTUDO 3 - DIMENSÕES DA INOVAÇÃO NO TURISMO DO PARANÁ

### 5.1 RESUMO

Inovação é a implementação de novas ideias, processos ou produtos que geram valor para empresas, consumidores ou para a sociedade. É o ato de atribuir novas capacidades aos recursos tanto de pessoas quanto de processos existentes na empresa para gerar resultados explorando a mudança como uma oportunidade de negócio ou serviço diferente. A inovação impacta diretamente na gestão dos destinos turísticos e na eficiência operacional das empresas do setor. No Paraná, a inovação é explorada em diversas áreas, como por exemplo, nas agências de viagens, operadoras turísticas, organizadora de eventos, meios de hospedagem e transportadora turística. O objetivo deste estudo foi identificar e testar dimensões da inovação aplicadas ao turismo. A metodologia da pesquisa é de caráter exploratório e abordagem quantitativa. Foram realizados o levantamento das variáveis, o pré-teste do questionário com especialistas e a coleta de dados com gestores de empresas do setor de turismo do Paraná. A amostra foi não-probabilística e coletada por conveniência, alcançando o total de 136 respostas por meio de formulário eletrônico desenvolvido no Google Formulários. Foram utilizadas a estatística descritiva e a análise fatorial exploratória para testar as de dimensões, essas etapas foram realizadas no software SPSS. Os resultados indicam três dimensões que explicam a inovação no Turismo do Paraná. As três dimensões foram nomeadas de acordo com as variáveis que as compõem, como: 1. Inovação no Turismo, 2. Colaboração e parcerias, e 3. Inovação em Softwares. As variáveis formadoras da Inovação do Turismo são as maiores responsáveis pela explicação das dimensões, apresentando 49% de variância explicada e 74% da variância acumulada do fenômeno analisado, com 12 variáveis. O estudo contribui no desenvolvimento de dimensões para a mensuração da inovação no turismo no Paraná auxiliando gestores na tomada de decisão e promovendo a competitividade do setor. Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa ao mensurar a inovação no turismo, especificamente nos setores de organização de eventos, meios de hospedagem, agências de turismo e transportadora turística. A pesquisa sugere a necessidade de maior integração entre setor público e privado, ampliação do uso de tecnologias emergentes e fortalecimento da inovação estratégica.

**Palavra-chave:** Turismo, Inovação, Dimensões, Cadastur, Paraná.

### 5.2 INTRODUÇÃO

A inovação é frequentemente vista como progresso econômico e social, sendo fundamental para a competitividade das empresas em um mercado cada vez mais dinâmico e globalizado (AIRES; BRANDÃO, 2020). Inovação é a criação de novas realidades (SUZIGAN, 2023). Inovar não significa apenas criar algo novo, mas também melhorar produtos, serviços e processos para aumentar a eficiência e atender às demandas dos consumidores. A inovação transcende a mera criação de novidades, trata-se de um processo contínuo de adaptação e aprimoramento de produtos, serviços e modelos de negócios, visando atender às demandas

emergentes e promover a sustentabilidade em um ambiente global em constante mudança (BOGERS *et al.*, 2019; DODGSON *et al.*, 2020). Entretanto, para que a inovação aconteça é importante que ela seja mensurada garantindo resultados práticos e benefícios tangíveis.

A inovação é considerada ainda uma das principais fontes de vantagem competitiva para as organizações. Em setores como o turismo, onde a competitividade é elevada e os mercados estão em constante mudança é necessário inovar (CHESBROUGH, 2019; AIRES; BRANDÃO, 2020).

A gestão da inovação não se limita apenas à criação de novos produtos, mas envolve a implementação de processos, modelos de negócios e estratégias que possibilitam a adaptação das organizações a um ambiente competitivo em constante mudança (GALINA; DIAS, 2022). Ao longo dos anos, diversos estudiosos e pesquisadores, tais como Schumpeter (1934; 1939), Rogers (1983; 2003), Christensen (2012) e Chesbrough *et al.* (2006), dedicaram-se a estudar os diferentes conceitos e classificações da inovação, buscando entender suas características, implicações e impactos nas organizações e na sociedade como um todo (CAMPOS *et al.*, 2023).

O turismo constitui-se em uma importante atividade econômica, capaz de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional. É um setor composto de diversos segmentos como meios de hospedagens, agências de turismo, transportadoras turísticas e organizadoras de eventos (HADDAD; PORSEE; RABAHY, 2013; RABAHY, 2019, MTUR, 2024).

Inovação no turismo pode ser compreendida como a implementação de mudanças significativas em produtos, processos, posicionamento, mercados ou estruturas organizacionais, que visam criar valor para os consumidores ou melhorar a competitividade das empresas e destinos turísticos (HJALAGER, 2010), permeada por um componente humano, capaz de promover diferencial competitivo. Tais estratégias e medidas são fáceis de serem copiadas (PIVCEVIC; PRANICEVIC, 2012; BROOKER *et al.*, 2012; BOOYENS; ROGERSON, 2016; NORDLI, 2017).

Diversos estudos exploraram a inovação no setor de turismo sob a perspectiva de gestores, revelando abordagens distintas em diferentes localidades. No Brasil, Pazini (2015) investigou a percepção de gestores de agências de viagens em Curitiba. Rodrigues e Anjos (2016) realizaram um estudo similar com gestores de

artesanato e restauração em São Luís. Em Portugal, Aires (2017) analisou a inovação na visão de gestores de hotéis em Aveiro. Já Nordli (2017) focou em características específicas da inovação em serviços, entrevistando gestores de pequenos hotéis e empresas de entretenimento na Noruega.

Estudos recentes indicam que, embora exista um reconhecimento da importância da inovação, muitas micro e pequenas empresas (MPEs) do setor turístico ainda carecem de práticas estruturadas para sua mensuração e gestão. López *et al.* (2023), que investigou a relação entre inovação tecnológica e desempenho em meios de hospedagem, Silva *et al.* (2023), que analisou as práticas de gestão de pessoas em hotéis.

Em relação às operadoras de turismo, Carvalho e Bugs (2016) realizaram um diagnóstico organizacional em uma operadora específica, identificando áreas críticas que necessitam de melhorias e propondo estratégias para otimizar processos internos e, conseqüentemente, o desempenho geral da empresa. No contexto dos meios de hospedagem, a avaliação de desempenho é central na gestão de pessoas, permitindo identificar potencialidades dos colaboradores e propor melhorias. A modernização desses processos, incluindo recursos tecnológicos, tem sido enfatizada para aprimorar a eficiência na hotelaria (IVANOV *et al.*, 2020; LENUWAT; BOON-ITT, 2021). No âmbito das organizadoras de eventos, Santos *et al.* (2020) analisaram a relevância da hospitalidade em eventos corporativos, destacando como a prestação de serviços de qualidade pode fortalecer os laços entre empresas e clientes, além de mensurar a eficácia das experiências proporcionadas durante os eventos. Hall e Williams (2019) indicam que a inovação influencia a experiência do turista, a gestão dos destinos e a eficiência operacional das empresas do setor.

Uma característica comum a esses estudos é a abordagem superficial ou generalista do conceito de inovação, frequentemente alinhada à literatura clássica. Essa abordagem pode não capturar a complexidade do setor de turismo, que engloba uma variedade de atividades interligadas, como hospedagem, restauração, agências de viagens, transporte, serviços culturais, entretenimento e comércio varejista. A diversidade e interdependência desses setores exigem uma análise mais aprofundada e dinâmica da inovação no turismo (AIRES; BRANDÃO, 2022).

No entanto, a mensuração da inovação no turismo requer a identificação de variáveis que capturem essas diferentes dimensões e a aplicação de métodos

estatísticos robustos para validação. Considerando que a medição da inovação em empresas de turismo, sob a ótica da oferta, ainda é pouco explorada, observa-se uma carência de consensos e definições consolidadas sobre conceitos, instrumentos e métodos de análise adequados ao setor. Essa lacuna evidencia desafios e limitações metodológicas que ainda precisam ser enfrentados para o avanço do tema (PIKKEMAAT; WEIERMAIR, 2007; CAMISÓN; MONFORT-MIR, 2012; KRIZAJ et al., 2014).

Diante desse contexto, esta pesquisa propõe-se a identificar e testar as dimensões da inovação aplicadas ao turismo. Logo, a partir desta introdução, este artigo está organizado em mais cinco seções, com a fundamentação teórica, a metodologia, os resultados, as considerações finais e as referências.

### **5.3 INOVAÇÃO NO TURISMO**

O papel da inovação no turismo é multifacetado, envolvendo não apenas novos produtos e serviços, mas também formas inovadoras de gestão e estratégias de cooperação para garantir sustentabilidade e competitividade (PIVČEVIĆ; PRANIČEVIĆ, 2012). Está alinhado com a literatura e pode ser entendido como a mentalidade capaz de promover novidades, mudanças e melhorias significativas, que trazem realização pessoal e retornos financeiros (AIRES; BRANDÃO, 2024). Inovação é um fator para a competitividade das empresas turísticas, especialmente em destinos turísticos, onde a renovação contínua dos produtos e serviços é necessária para atender às mudanças nas demandas dos consumidores (GARAU VADELL; ORFILA-SINTES, 2008). E vai além da tecnologia, abrangendo mudanças em processos organizacionais, experiências de clientes e colaborações estratégicas entre atores do setor (ORFILA-SINTES; MATTSSON, 2009), além de melhorias incrementais que visam atender melhor às necessidades dos turistas (PIKKEMAAT; PETERS, 2005; NOVELLI; SCHMITZ; SPENCER, 2006; SUNDBO, ORFILA-SINTES; SØRENSEN, 2007; HJALAGER, 2010).

A inovação tem sido um dos principais motores de transformação no turismo global, permitindo que destinos e empresas se adaptem às novas demandas do mercado e se diferenciam em um ambiente altamente competitivo. Ela introduz novas tecnologias, abordagens e estratégias que divulgam os atributos das cidades (COSTA; TAVARES, 2024). Schumpeter (1934) foi um dos primeiros teóricos a

discutir a inovação como fator essencial para o crescimento econômico, definindo-a como a introdução de novos produtos, novos processos, novos mercados, novas fontes de suprimentos e novas formas de organização empresarial. Essa visão foi posteriormente adaptada ao turismo por diversos pesquisadores, como Hjalager (2010), que categorizou a inovação no setor em cinco tipos principais: inovação de produto, de processo, organizacional, de marketing e institucional.

No setor de turismo, a inovação de produto pode incluir o desenvolvimento de novas experiências turísticas, como pacotes personalizados de atividades ou a criação de novas atrações; Inovação de processo pode estar relacionado à melhoria nos métodos de produção ou na entrega de serviços. Por exemplo, a implementação de sistemas de reservas online ou a automatização de processos internos no hotel. A Inovação organizacional pode se configurar em mudanças na estrutura ou gestão da empresa que promovem maior eficiência. Um exemplo é a criação de alianças estratégicas entre hotéis e operadores turísticos para compartilhar recursos e otimizar operações; Inovação de marketing, no desenvolvimento de novas estratégias para promover produtos e serviços, como o uso de redes sociais e campanhas digitais para atrair turistas de nichos específicos. E a inovação institucional relaciona-se à criação de novas regras e estruturas que regem a indústria do turismo. Regulamentações para o turismo sustentável, como as certificações de turismo responsável e práticas de economia circular, são exemplos dessa categoria (PIKKEMAAT; PETERS, 2005).

Gestores turísticos têm se beneficiado dessas inovações ao adotar tecnologias e processos que não apenas aprimoram a experiência do visitante, mas também otimizam a gestão operacional, melhorando a eficiência dos serviços e a competitividade das empresas (COSTA *et al.* 2023). As melhorias incrementais, como a implementação de sistemas de gestão mais ágeis ou o uso de plataformas digitais para personalização da experiência, permitem que os gestores respondam de maneira agilizada às mudanças no comportamento dos turistas, criando uma gestão focada na inovação contínua. Tais práticas têm sido fundamentais no cenário pós-pandemia, em que o turismo busca se reinventar, adaptando-se às novas demandas e desafios (SANTOS *et al.*, 2024).

Medir a inovação é um dos maiores desafios enfrentados por pesquisadores e gestores. A inovação, especialmente em serviços como o turismo, não é um

fenômeno fácil de quantificar, pois envolve fatores intangíveis, como a experiência do cliente e a percepção de valor. Além disso, nem sempre resulta em produtos tangíveis, o que dificulta ainda mais a sua mensuração. No entanto, medir a inovação para validar o processo e identificar áreas de melhoria (PIKKEN AT; PETERS, 2005). A capacidade de inovar está diretamente ligada à colaboração entre empresas e instituições, promovendo redes que potencializam a transferência de conhecimento e recursos no setor turístico (PIKKEMAAT; PETERS, 2006).

Diante da complexidade e da diversidade de abordagens da inovação no turismo, torna-se evidente que sua aplicação vai além da simples adoção de novas tecnologias, abrangendo mudanças estruturais, estratégicas e de mercado. A inovação, ao ser mensurada e compreendida em suas diferentes dimensões, permite que empresas e destinos turísticos se mantenham competitivos e sustentáveis em um setor dinâmico e em constante evolução (HALL; WILLIAMS, 2008; HJALAGER, 2010; BUHALIS, 2019).

Com base nos resultados do estudo 2, foram identificadas as dimensões que serão exploradas neste estudo. Foram 5 dimensões mapeadas (colaboração e parcerias, inovação, inovação em processos, inovação organizacional, inovação em marketing). A colaboração e parceria é um fator que impulsiona a inovação ao facilitar a troca de conhecimento e recursos entre empresas e instituições do setor. A inovação como dimensão aborda a adoção de novas tecnologias e metodologias que aprimoram a eficiência operacional e a experiência do turista. A inovação em serviços foca na criação ou aprimoramento de experiências para os clientes, como novos pacotes turísticos ou personalização de roteiros, tornando os destinos mais atraentes. Já a inovação em processos busca a otimização das operações, como a implementação de sistemas automatizados de gestão e reservas, reduzindo custos e aumentando a produtividade. A inovação organizacional envolve mudanças estruturais e gerenciais, permitindo maior flexibilidade e adaptação às tendências do mercado, como parcerias estratégicas entre operadores turísticos e hotéis. Por fim, a inovação em marketing explora novas formas de promoção e engajamento dos turistas, utilizando canais digitais, redes sociais e estratégias personalizadas para atrair públicos específicos. Essas dimensões, quando aplicadas em conjunto, fortalecem o ecossistema do turismo, permitindo que empresas e destinos se diferenciam e se mantenham competitivos em um mercado dinâmico

(ORFILA-SINTES *et al.*, 2007; PIKKEMAAT; WEIERMAIR, 2007; HJALAGER, 2010; PIVČEVIĆ; PRANIČEVIĆ, 2012).

Orfila-Sintes e Mattsson (2009) ampliam a discussão ao argumentar que a inovação no turismo está diretamente relacionada à qualidade dos serviços e à experiência do cliente. Eles ressaltam que destinos turísticos inovadores não apenas investem em novas tecnologias, mas também promovem colaborações estratégicas entre diferentes atores do setor, criando um ambiente propício para a inovação sustentável.

Já Pivčević e Praničević (2012) destacam a importância da inovação incremental no turismo, considerando que as melhorias contínuas em serviços e processos geram vantagens competitivas sustentáveis. Eles apontam que a inovação não precisa ser radical para ser eficiente, mas deve estar alinhada às necessidades do mercado e às expectativas dos clientes.

Por fim, Orfila-Sintes e Mattsson (2009) reforçam que a inovação no turismo é multifacetada, envolvendo desde a adoção de novas tecnologias até mudanças nos modelos de gestão e marketing. Segundo os autores, empresas que investem em inovação conseguem oferecer experiências mais diferenciadas e atrativas para os turistas, aumentando sua competitividade no setor.

Assim, a colaboração entre empresas, o investimento em novos serviços, a otimização de processos e a criação de estratégias inovadoras de marketing tornam-se elementos fundamentais para impulsionar a experiência do turista e fortalecer a competitividade dos destinos turísticos. Portanto, ela deve ser encarada como um processo contínuo de adaptação e aprimoramento, garantindo que o setor turístico acompanhe as transformações do mercado e atenda às expectativas crescentes dos consumidores.

#### **5.4 METODOLOGIA**

O estudo é de caráter exploratório, de abordagem quantitativa, com estatística descritiva e multivariada. De acordo com Bastos e Ferreira (2016, p. 128), “as pesquisas quantitativas são aquelas que têm seus fundamentos nos paradigmas que valorizam a objetividade e o controle científico. Para isso, enfatizam que se apliquem testes que comprovaram a validade dos resultados e sua fidedignidade”.

Esse processo segue abordagens metodológicas amplamente utilizadas em pesquisas científicas e organizacionais, conforme discutido por autores como Creswell e Creswell (2023) e Saunders, Lewis e Thornhill (2019). A Figura 6 descreve as etapas do procedimento metodológico estruturado para a condução do estudo.

Figura 6: **Procedimentos Metodológicos**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Segundo Hair *et al.* (2021), a escolha da abordagem analítica depende dos objetivos da pesquisa e da natureza dos dados coletados. A primeira etapa envolve a identificação e seleção das variáveis relevantes para o estudo, com base em uma revisão da literatura e fontes secundárias de dados. Segundo Creswell (2023), essa fase é essencial para delimitar o escopo da pesquisa e definir indicadores mensuráveis. Para garantir a validade e confiabilidade dos instrumentos de coleta de dados, na segunda etapa, realizou-se uma pesquisa piloto e um processo de validação com cinco especialistas na área. De acordo com Bryman (2021), a pesquisa piloto permite ajustes nos questionários e procedimentos, melhorando a precisão das informações coletadas. A terceira etapa referiu-se à abordagem dos respondentes via e-mail e whatsapp, utilizando bases de dados previamente estruturadas, como o Cadastur, um banco oficial de prestadores de serviços turísticos.

O instrumento de pesquisa utilizado na coleta de dados foi elaborado na forma de um questionário estruturado, desenvolvido com base na revisão de literatura sobre inovação no setor turístico a partir dos resultados do estudo 1 e do estudo 2, com a finalidade de obter de maneira sistemática e ordenada,

informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada (DENCKER, 2007).

A amostra foi não-probabilística e coletada por conveniência, totalizando 136 respostas válidas. Para analisar os dados, foram realizadas a análise estatística descritiva, para compreender o perfil dos gestores, e a estatística multivariada, com análise fatorial exploratória, para dimensionar a matriz de dimensões da inovação no turismo do Paraná. Os dados foram interpretados e analisados no software SPSS. O SPSS é um software estatístico que permite a análise de dados, a geração de relatórios, a realização de análises estatísticas e a criação de gráficos (IBM, 2025).

A análise fatorial exploratória é uma técnica amplamente utilizada na redução da dimensionalidade de dados multivariados, facilitando a identificação de padrões e a interpretação dos dados complexos (FIELD, 2013). O método de extração por componentes principais e a rotação oblíqua, como o Oblimin, são escolhas recorrentes devido à sua capacidade de fornecer soluções mais compreensíveis quando os fatores extraídos podem estar correlacionados (FABRIGAR *et al.*, 1999). O teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de esfericidade de Bartlett são fundamentais para garantir a adequação da análise fatorial, garantindo que as variáveis estejam inter-relacionadas de maneira apropriada para esse tipo de análise (KAISER, 1974).

Para realizar a análise fatorial exploratória no SPSS, foram seguidas as etapas descritas abaixo:

Figura 7: Etapas do Software SPSS



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Estes procedimentos são necessários para realizar uma análise fatorial exploratória eficaz, permitindo uma exploração detalhada das relações subjacentes

entre as variáveis e a definição de fatores significativos que podem ser usados em modelos posteriores. A aplicação do SPSS como ferramenta para essa análise torna o processo acessível e intuitivo, fornecendo ao pesquisador resultados robustos para interpretação e tomada de decisões. As análises estatísticas descritivas realizam uma exploração geral dos dados (FIELD, 2009), para isso foram utilizadas as análises de frequência e de porcentagem.

Foi utilizado a análise fatorial exploratória para identificar como as observações dos dados refletiam os construtos teóricos sobre os quais o questionário foi desenvolvido. Segundo Costello e Osborne (2005, p. 1), "a análise fatorial exploratória é um procedimento complexo, com poucas diretrizes absolutas e muitas opções [...] e as questões a serem respondidas influenciam quais procedimentos trarão o máximo benefício". Para Hair Jr. *et al.* (2019, p. 124), a análise fatorial exploratória é uma técnica de interdependência [...] cujo principal objetivo é definir a estrutura subjacente entre as variáveis na análise". Este estudo utilizou o IBM SPSS Statistics 22 para todas as análises estatísticas.

A amostra final da análise fatorial exploratória de 20 variáveis do Quadro 5. Segundo Costello e Osborne (2005), regras estritas sobre o tamanho da amostra para análise fatorial exploratória deixaram de ser uma exigência rígida, dependendo mais da robustez dos dados.

Os resultados das seis entrevistas realizadas no estudo 2, também identificaram cinco dimensões principais: colaboração e parcerias, inovação, inovação em processos, inovação organizacional e inovação em marketing. Essas dimensões foram exploradas a partir de uma análise de literatura e adaptada com base em autores como Orfila-Sintes & Mattson (2009), Pikkemaat & Weiermair Pikkemaat; Peters (2006) Pikkemaat; Peters (2007), Hjalager (2010) e Pivčević & Praničević (2012), que ofereceram subsídios teóricos para a compreensão e operacionalização das variáveis. Para cada uma das dimensões identificadas, foram elencadas variáveis que orientaram a construção do instrumento de coleta de dados (Quadro 5). Estes estudos tratam da inovação no setor de turismo, com foco em diferentes aspectos, como tipos de inovação, impactos no desempenho das empresas turísticas e fatores que influenciam a adoção de práticas inovadoras.

Após este processo ele foi ajustado e validado por especialistas. E posteriormente enviado aos respondentes da pesquisa (Apêndice 01). O

questionário foi dividido em seções que abordam o perfil da empresa, práticas de inovação adotadas, e a colaboração com outros stakeholders. As questões foram fechadas, utilizando escalas Likert para medir as práticas inovadoras. Para garantir a validade do instrumento, ele foi submetido a um pré-teste com um grupo reduzido de gestores do setor, possibilitando ajustes para maior clareza e precisão das perguntas.

O formulário elencou as 20 variáveis de inovação e para os respondentes avaliarem em uma escala Likert de 5 pontos, em que 1 representa “Discordo totalmente” e 5 representa “Concordo totalmente”. O formulário também apresentou questões que caracterizam o perfil demográfico do respondente, tais como: idade, escolaridade, formação profissional, cargo, setor empresarial (segmento) e o tipo da empresa (micro, médio e grande). A coleta de dados foi realizada por meio de formulário eletrônico desenvolvido no Google Formulários.

O primeiro passo da coleta de dados foi apurar os endereços de e-mails relativos à população-alvo da pesquisa, que eram os gestores inscritos no Cadastur, o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, que é um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor turístico. O cadastro é gratuito e é executado pelo Ministério do Turismo.

O banco de dados com os e-mails foi composto em parte pelos e-mails de cadastrados dos gestores no cadastur, e-mails válidos e que não voltaram, e do que possui dados abertos e acesso livre; e outra parte por e-mails coletados em uma busca na internet com o intuito de alcançar representantes do setor público; assim como por e-mails recebidos por compartilhamento entre pesquisadores do setor. Dessa maneira, o universo amostral foi composto por 4.038 e-mails.

O envio do formulário seguiu a alternância entre cada segmento, com intervalo médio de três dias para o reenvio. O período de coleta dos dados ocorreu entre 01 de dezembro de 2024 e 20 de janeiro de 2025. Foram obtidas 136 respostas válidas para uso na pesquisa, refletindo uma taxa mínima de resposta para cada segmento, sendo 47% para Agências de Turismo e 14% para Meios de Hospedagem. De acordo com Fontana (2018), a aplicação online pode ter limitado a pesquisa, tendo em vista a facilidade de rejeição. Fatores como a incompreensão do questionário e respostas tardias foram identificadas neste estudo.

De acordo com Barbetta (1998), o tamanho da amostra seguindo o cálculo amostral para população finita (4038 e-mails), com erro amostral de 5% e grau de confiança de 95%, é de 351 respondentes ([Calculadora de tamanho de amostra e dicas | SurveyMonkey](#)). Para Hair Jr., et al. (2009) o tamanho da amostra segue a lógica de no mínimo 6 respostas por variável, então para 20 variáveis, estimou-se uma amostra mínima de 120 respostas. Assim, este estudo almejou coletar entre 120 e 351 respostas. Portanto, foram coletadas 136 respostas válidas que refletem o mínimo de 6 respostas por variável. A seguir apresenta-se o Quadro 5 com as dimensões, as variáveis e os autores que compõem a escala de avaliação das inovações identificadas na literatura.

Quadro 5: **Variáveis que compõem a escala de avaliação das inovações.**

<b>Dimensão</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Autores</b>
<b>Colaboração e Parcerias - CP</b>	CP1 - A empresa faz parcerias com outras empresas, organizações ou instituições.	Garau Vadell; Orfila-Sintes (2008) Orfila-Sintes; Mattson (2009) Pikkemaat; Peters (2006)
	CP2 - A empresa frequentemente faz parcerias com outras empresas, instituições ou organizações.	
	CP3 - As parcerias com outras empresas ou instituições contribuíram diretamente para a inovação no seu estabelecimento.	
<b>Inovação - INOV</b>	INOV 1 - A empresa frequentemente faz incorporação de ativos tecnológicos como automação de processos, uso da inteligência artificial, uso da internet das coisas e ou robotização.	Pivčević; Praničević (2012) Orfila-Sintes; Mattsson (2009)
	INOV 2 - A empresa frequentemente faz manutenção automatizada.	
	INOV 3 - A empresa frequentemente utiliza sistemas de segurança.	
<b>Inovação em serviços - IS</b>	IS 1 - Os serviços, produtos e ofertas são desenvolvidos para melhorar a experiência do cliente.	Pikkemaat; Peters (2006) Pivčević; Praničević (2012)
	IS 2 - A empresa investe em inovações incrementais (quando são feitas melhorias graduais ou contínuas em produtos, serviços, processos ou tecnologias existentes) em serviços ou produtos existentes.	

	IS 3 - Há novos serviços introduzidos na empresa.	
	IS 4 - Há melhorias significativas em serviços existentes na empresa.	
<b>Inovação em processos - IP</b>	IP 1 - A empresa implementa novos processos operacionais e realiza melhorias significativas nos processos existentes.	Pivčević; Praničević (2012)
	IP 2 - A empresa implementa automatização de seus processos.	
	IP 3 - A empresa adota novas tecnologias que buscam a eficiência operacional.	
<b>Inovação Organizacional - IO</b>	IO 1 - A empresa apresenta novas formas de organização interna, como gerenciamento ou estruturas de controle	
	IO 2 - A empresa implementa novos métodos de gestão.	
	IO 3 - A empresa oferece possibilidade de treinamento e capacitação de funcionários.	
<b>Inovação em Marketing - IM</b>	IM 1 - A empresa utiliza novos métodos de marketing, como campanhas ou canais de promoção.	
	IM 2 - A empresa apresenta serviços novos ou melhorados.	
	IM 3 - A empresa busca a diferenciação de produtos.	
	IM 4 - A empresa se preocupa com a gestão da experiência do cliente.	

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

O questionário foi composto por 06 (seis) dimensões com 20 (vinte) variáveis que caracterizam as escalas de avaliação das inovações identificadas na literatura. O quadro 5 apresentado descreve as variáveis que compõem a escala de avaliação das inovações no setor de turismo, detalhando diferentes dimensões e suas respectivas variáveis. As dimensões abordam áreas-chave de inovação dentro das empresas do setor, como colaboração e parcerias, inovação em serviços, processos, organização e marketing. Essas variáveis, por sua vez, são fundamentadas em estudos de diversos autores, que destacam os principais fatores para a inovação nas organizações, como as parcerias externas, o uso de novas tecnologias, a

melhoria contínua dos serviços e a adaptação dos processos operacionais. Essas dimensões foram adaptadas para o presente estudo, com base nas pesquisas de Garau Vadell & Orfila-Sintes (2008), Pikkemaat e Peters (2006), Pivčević, Praničević (2012), entre outros, de modo a entender melhor como as inovações impactam o desempenho das empresas turísticas.

A primeira dimensão, Colaboração e Parcerias (CP), explora a importância das parcerias externas para o desenvolvimento de inovações dentro das empresas. No setor turístico, os segmentos se beneficiam significativamente de colaborações com outras empresas, organizações ou instituições. Isso ocorre porque essas parcerias podem proporcionar acesso a novos recursos, ideias e tecnologias, fundamentais para o processo de inovação (GARAU VADELL; ORFILA-SINTES, 2008; ORFILA-SINTES; MATTSSON, 2009; PIKKEMAAT; PETERS, 2006). No estudo, três variáveis são destacadas: CP1, que questiona se a empresa realiza parcerias com outras entidades; CP2, que explora a frequência dessas parcerias; e CP3, que analisa a contribuição dessas parcerias para a inovação da empresa. A adaptação dessas variáveis no estudo atual permite investigar como essas práticas colaborativas impactam diretamente as inovações no setor de turismo.

A Inovação (INOV) foca no uso de tecnologias como automação e segurança para melhorar a eficiência e competitividade das empresas. As variáveis exploram a adoção de tecnologias como inteligência artificial e internet das coisas, conforme Pivčević e Praničević (2012) e Orfila-Sintes e Mattsson (2009).

A dimensão Inovação em Serviços (IS) analisa como empresas turísticas desenvolvem novos serviços para melhorar a experiência do cliente. As variáveis IS 1 a IS 4, baseadas em Pikkemaat e Peters (2006), abordam inovações que atendem às necessidades dos clientes e adaptam-se ao mercado.

A Inovação em Processos (IP) explora a implementação de novos processos e tecnologias para aprimorar a eficiência operacional. Segundo Pivčević e Praničević (2012), a automação e as novas tecnologias são essenciais para empresas do setor turístico, reduzindo custos e melhorando a experiência do cliente.

A Inovação Organizacional (IO) foca na transformação interna das empresas, com mudanças na gestão e capacitação de funcionários. Pivčević e Praničević (2012) destacam que essas mudanças são fundamentais para criar um ambiente propício à inovação, tornando as empresas mais ágeis e inovadoras.

A Inovação em Marketing (IM) aborda como empresas turísticas utilizam novas estratégias para se destacar no mercado. As variáveis IM 1 a IM 4, com base em Pikkemaat e Peters (2006), investigam a implementação de campanhas e diferenciação de produtos para melhorar a imagem da empresa e atrair clientes.

Assim, o quadro 5 oferece uma visão detalhada das principais áreas escolhidas de inovação que impactam o setor de turismo, com base em teorias e pesquisas anteriores. Adaptando essas variáveis para o estudo atual, é possível entender como a colaboração e parcerias, a adoção de tecnologias contribuem para a inovação no turismo das empresas turísticas e sua capacidade de inovar.

Logo, “[...] A análise fatorial fornece as ferramentas para analisar a estrutura das inter-relações (correlações) em um grande número de variáveis [...] definindo conjuntos de variáveis que são fortemente inter-relacionadas, conhecidos como fatores” (HAIR JR *et al.*, 2009, p. 102). A análise fatorial exploratória é uma técnica estatística multivariada utilizada para identificar padrões ocultos em um conjunto de variáveis observadas, reduzindo a complexidade dos dados e agrupando itens correlacionados em fatores subjacentes (HAIR JR. *et al.*, 2009). Esse método é especialmente útil para validar a estrutura de construtos em pesquisas e garantir que as variáveis mensuradas reflitam corretamente os conceitos teóricos subjacentes.

## **5.5 RESULTADOS**

### **5.5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA**

A amostra foi caracterizada por representantes de empresas com as naturezas jurídicas permitidas conforme a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, como prestadores de serviços turísticos, sociedades empresariais, sociedades simples, empresários individuais e serviço social autônomo, inscritos no Cadastur nos segmentos de turismo: Organizadoras de eventos, Transportadora Turística, Meios de Hospedagem, Agências de Turismo e Operadoras. Para caracterizar o perfil do gestor, foram analisados os seguintes aspectos: idade, nível de escolaridade, formação profissional, cargo e se existe algum profissional formado em turismo ocupando cargos de gerência ou liderança em sua empresa.

A maioria dos gestores possuem pós-graduação (64%) A faixa etária é diversificada, variando de 22 a 70 anos, com maior concentração entre 33 a 65 anos. Isso sugere um público experiente, com potencial interesse em atividades

culturais, históricas e tecnológicas.

O perfil dos gestores entrevistados revela uma diversidade de faixas etárias, com uma concentração significativa nas faixas etárias mais avançadas. A grande maioria são de gestores (29,2%) tem entre 55 e 65 anos, seguida por uma representação de 27,1% na faixa etária de 33 a 43 anos. A faixa de 44 a 54 anos também possui uma participação relevante, com 22,9%, enquanto os gestores mais jovens, de 22 a 32 anos, representam 18,75% da amostra. A presença de gestores com mais de 66 anos, embora menor (10,4%), indica uma longevidade na carreira e uma experiência acumulada ao longo dos anos. Esses dados sugerem que a liderança organizacional abrange diferentes estágios de carreira, com um equilíbrio entre gestores mais experientes e jovens, refletindo a diversidade de perspectivas e habilidades dentro das organizações.

Tabela 1: Perfil dos gestores entrevistados (n= 136)

Faixa Etária	Frequência	Porcentagem
22 - 32 anos	9	18,75%
33 - 43 anos	13	27,1%
44 - 54 anos	11	22,9%
55 - 65 anos	14	29,2%
66 - para mais	5	10,4%

Escolaridade	Frequência	Porcentagem
Pós-Graduação	87	64%
Ensino Superior	36	26,5%
Ensino Médio	8	5,9%
Ensino Fundamental	1	0,7%
Outros	4	2,9%

Formação Profissional	Frequência	Porcentagem
Turismo e áreas relacionadas	30	34,9%
Administração e áreas relacionadas	29	32,95%

Direito	12	13,64%
Engenharia e áreas relacionadas	10	11,36%
Marketing	7	7,95%
Jornalismo	5	5,68%
Outras áreas	7	7,95%

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Em relação à escolaridade, a maioria dos gestores entrevistados possui uma formação acadêmica, com 64% possuindo pós-graduação e 26,5% com ensino superior. Apenas 5,9% têm ensino médio, e 0,7% têm ensino fundamental, destacando que o nível educacional elevado é predominante entre os gestores. Quanto à formação profissional, o campo do Turismo e áreas relacionadas é o mais comum, representando 34,9% dos gestores, seguido de perto por Administração e áreas correlatas, com 32,95%.

A presença de gestores com formação em Direito (13,64%) e Engenharia (11,36%) também é significativa, refletindo uma diversidade de campos de conhecimento nas lideranças. Além disso, a presença de profissionais com formação em Marketing (7,95%) e Jornalismo (5,68%) indica que as habilidades de comunicação e gestão de marcas estão igualmente presentes. A formação diversificada sugere que os gestores possuem um leque variado de competências técnicas e estratégicas, essenciais para enfrentar os desafios complexos das organizações contemporâneas.

Tabela 2: Perfil de gestores quanto a cargo e tipo de empresa

Cargo	Frequência	Porcentagem
Diretor/Diretor Geral/Diretor Executivo	87	23,86%
Sócio/Diretor Sócio	36	19,32%
Gerente	8	13,64%
Proprietário/Proprietária	1	11,36%
Consultor/Consultora	4	4,55%

Professor	2	4,55%
Outros Cargos	1	15,91%

Tipo de empresa	Frequência	Porcentagem
Micro e Pequeno Porte (de acordo com o Estatuto da Micro e Pequena Empresa)	103	23,86%
Médio	23	19,32%
Pequena	10	13,64%

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Em relação ao perfil dos gestores entrevistados, cargos de alta responsabilidade nas empresas do setor de turismo. A maioria dos gestores ocupa posições como Diretor, Diretor Geral ou Diretor Executivo, representando 23,86% dos entrevistados. Essas funções refletem o papel estratégico desempenhado pelos gestores, que estão à frente das principais decisões da organização. Seguindo, encontramos os Sócios e Diretores Sócios, com 19,32% dos respondentes, evidenciando a forte presença de empresas que operam com modelos de propriedade compartilhada, o que é comum em empresas familiares ou pequenas empresas de turismo. Cargos como Gerente (13,64%), Proprietário/Proprietária (11,36%) e Consultor/Consultora (4,55%) também aparecem, indicando a diversidade de funções executivas presentes nas organizações, incluindo funções especializadas e de apoio à gestão. Há ainda uma parcela de 4,55% ocupando cargos de professor, o que pode sugerir um envolvimento com a formação de novos profissionais ou a atuação em consultoria acadêmica.

Já em relação ao tipo de empresa, a maioria dos gestores está em empresas de micro e pequeno porte, conforme definido pelo Estatuto da Micro e Pequena Empresa, com uma expressiva representação de 75,7% dos respondentes. Este dado reforça a característica predominante de pequenas empresas no setor de turismo, que são responsáveis por grande parte das operações no mercado. Além disso, 16,9% dos entrevistados estão em empresas de porte médio, o que indica uma certa diversificação no perfil das organizações, embora ainda com um número menor em comparação às micro e pequenas. Apenas 7,4% dos gestores estão em empresas de grande porte, o que sugere que o setor de turismo é predominantemente formado por empresas menores e de gestão mais direta e

próxima ao dia a dia dos colaboradores.

Ainda na análise estatística descritiva, visando caracterizar a amostra e identificar padrões relevantes para o estudo. Estes resultados fornecem uma base quantitativa para compreender o impacto do perfil dos respondentes nas percepções analisadas ao longo do estudo. Segundo Hair *et al.* (2019), médias próximas ao valor máximo indicam uma tendência de concordância elevada com os itens avaliados. Isso sugere que os participantes, em sua maioria, concordam com as afirmações associadas às variáveis. De acordo com Field (2018), desvios-padrão acima de 1 sugerem maior variabilidade nas respostas, o que pode indicar percepções distintas entre os respondentes.

Na tabela 3, a maioria das variáveis possui médias acima de 4, indicando que os respondentes tendem a avaliar positivamente os itens analisados. A variável IS1 (Inovação em serviços 1: Os serviços, produtos e ofertas são desenvolvidos para melhorar a experiência do cliente) tem a maior média (4,6176), sugerindo uma percepção mais favorável. Já INOV2 (Inovação: A empresa frequentemente faz manutenção automatizada), com a menor média (3,0221), sugere menor concordância ou avaliação mais neutra. O desvio padrão mais alto pertence a INOV2 (1,36879), indicando que as respostas para essa variável foram mais dispersas, ou seja, houve maior variação nas opiniões. Assim, as variáveis relacionadas à inovação (INOV1, INOV2, INOV3) apresentam as menores médias, sugerindo uma percepção menos favorável em comparação com outros aspectos avaliados pelos respondentes.

Tabela 3: Estatísticas Descritivas

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
IS1	136	2,00	5,00	4,6176	,73089
CP1	136	1,00	5,00	4,5221	,94255
IM4	136	1,00	5,00	4,4706	,86016
CP2	136	1,00	5,00	4,3750	1,08824
IM3	136	1,00	5,00	4,2132	,98438
CP3	136	1,00	5,00	4,1618	1,18772
IS4	136	1,00	5,00	4,0662	1,02706
IM1	136	1,00	5,00	4,0368	1,09820

IM2	136	1,00	5,00	4,0147	,96598
IS2	136	1,00	5,00	4,0074	1,00735
IP1	136	1,00	5,00	3,9632	,99932
IO3	136	1,00	5,00	3,9044	1,16669
IS3	136	1,00	5,00	3,8897	1,11337
IP3	136	1,00	5,00	3,8897	1,06578
IO1	136	1,00	5,00	3,7721	1,05386
INOV3	136	1,00	5,00	3,7059	1,30024
IO2	136	1,00	5,00	3,5809	1,09243
INOV1	136	1,00	5,00	3,4706	1,12178
IP2	136	1,00	5,00	3,4338	1,15279
INOV2	136	1,00	5,00	3,0221	1,36879

Fonte: elaborado pela autora por meio do SPSS, 2025.

Por outro lado, a variável IS1 possui o menor desvio padrão, com valor de 0,73089, o que indica que as respostas dos participantes estão mais concentradas em torno da média, apresentando menor variação. As variáveis IS1, CP1 e IM4 possuem médias relativamente altas, variando de 4,4706 a 4,6176, o que indica que as respostas dos participantes tendem a ser mais positivas nesses aspectos. O desvio padrão das variáveis IS1 (0,73089) e CP1 (0,94255) são menores que o de IM4 (0,86016), o que sugere que as respostas para IS1 e CP1 são mais consistentes entre os participantes, enquanto IM4 apresenta uma ligeira variação maior nas respostas. Por outro lado, variáveis como CP2 (4,3750 de média), IM3 (4,2132 de média) e CP3 (4,1618 de média) mostram uma leve queda nas médias em comparação com as mais altas, mas ainda assim estão acima de 4,0, o que indica um nível geral de satisfação ou concordância, apesar de apresentarem desvios padrão mais altos, como em CP2 (1,08824) e CP3 (1,18772), sugerindo maior dispersão nas respostas.

Em contraste, variáveis como IS4 (4,0662 de média), IM1 (4,0368 de média) e IM2 (4,0147 de média) têm médias um pouco mais baixas, porém ainda mantendo uma tendência positiva nas respostas. O desvio padrão dessas variáveis, como IS4 (1,02706) e IM1 (1,09820), indica uma certa variação, mas sem um grande distanciamento das médias. Já variáveis como IP1 (3,9632 de média), IO3 (3,9044

de média), e IS3 (3,8897 de média) têm médias mais baixas, o que pode sugerir uma percepção mais negativa. Seus desvios padrão variam entre 1,06578 e 1,16669, o que ainda indica uma distribuição considerável nas respostas, mas não tão extrema quanto em INOV2, que tem a menor média (3,0221) e o maior desvio padrão (1,36879), indicando grande dispersão nas opiniões dos participantes.

Assim, para o desenvolvimento da Análise Fatorial Exploratória, utilizou-se como método de extração dos fatores a Análise de Componentes Principais, a qual se baseia na totalidade das informações contidas em cada variável para caracterizar os fatores que contêm pequenas proporções de variância única (HAIR JR et al, 2009), facilitando a interpretação do fenômeno, descrito na tabela 4.

A variância total explicada na análise de componentes principais (tabela 4), um procedimento estatístico utilizado para reduzir a dimensionalidade dos dados e identificar padrões implícitos. O critério inicial de extração foi baseado nos autovalores, onde apenas os componentes com valores superiores a 1 foram considerados relevantes, conforme a regra de Kaiser (KAISER, 1960). Dessa forma, três componentes foram retidos, explicando conjuntamente 74,317% da variância total dos dados.

Tabela 4: Análise dos Componentes Principais

Componente	Autovalores Iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somas de rotação de carregamentos ao quadrado
	Total	% variância	% cumulativa	Total	% variância	% cumulativa	Total
1	5,889	49,072	49,072	5,889	49,072	49,072	5,314
2	1,821	15,171	64,243	1,821	15,171	64,243	3,604
3	1,209	10,074	74,317	1,209	10,074	74,317	2,777

Fonte: Elaborado pela autora com apoio do software SPSS, 2025.

O primeiro componente apresenta um autovalor de 5,889, explicando 49,072% da variância total. Isso indica que ele é o fator mais importante para a estrutura dos dados, capturando quase metade da informação do conjunto original. O segundo componente tem um autovalor de 1,821, correspondendo a 15,171% da variância, e o terceiro componente tem um autovalor de 1,209, explicando 10,074% da variância. Juntos, esses três componentes retidos abrangem uma parcela significativa da variabilidade dos dados, reduzindo a complexidade sem perder informação essencial.

Os componentes restantes apresentam autovalores inferiores a 1 e, portanto, não foram considerados significativos para a análise, por isso não foram apresentados na tabela 4. Esses componentes explicam variações menores nos dados e podem ser interpretados como ruído ou fatores menos relevantes. Segundo Hair *et al.* (2019), componentes com baixa variância explicada podem ser descartados, pois não contribuem significativamente para a estrutura dos dados e podem dificultar a interpretação dos resultados.

A última coluna da tabela 4 mostra as somas de rotação dos carregamentos ao quadrado, aplicadas para facilitar a interpretação dos fatores. Após a rotação oblíqua, os três componentes principais mantêm a maior parte da variância explicada, com os valores ajustados para 5,314, 3,604 e 2,777, respectivamente. Esse procedimento é útil para redistribuir a variância entre os componentes e tornar suas cargas mais distinguíveis, permitindo diferenciar fatores latentes (FIELD, 2018).

Em resumo, a análise mostra que três componentes explicam aproximadamente 74,317% da variância total, o que é considerado adequado para estudos em ciências sociais e comportamentais (HAIR *et al.*, 2019). Essa redução dimensional possibilita uma melhor compreensão dos padrões subjacentes nos dados e facilita a construção de modelos mais interpretáveis e eficientes.

Foram realizados os dois procedimentos considerados imprescindíveis, a saber, o critério de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de esfericidade de Bartlett. A medida KMO verifica a adequação de amostragem, sugerindo estatisticamente a proporção de variância dos itens que pode estar sendo explicada por uma variável latente. O KMO é calculado por meio do quadrado das correlações totais dividido pelo quadrado das correlações parciais, das variáveis analisadas. Seu valor pode variar de 0 a 1 (zero a um), importante identificar que, valores menores que 0,5 são considerados inaceitáveis, valores entre 0,5 e 0,7 são considerados medíocres; valores entre 0,7 e 0,8 são considerados bons; valores maiores que 0,8 e 0,9 são considerados ótimos e excelentes, respectivamente (KAISER, 1970; DAMÁSIO, 2012; KIRCH *et al.*, 2017).

Da análise dos dados, os resultados desta pesquisa no teste de KMO (0,888) e do teste de Bartlett ( $p < 0,001$ ) indicam que os dados são adequados para análise fatorial. O valor elevado de KMO sugere boa adequação da amostra, enquanto a significância do Bartlett confirma correlações suficientes entre as variáveis. As

cargas fatoriais de cada variável nos três componentes extraídos, indicam como elas se agrupam de acordo com a correlação com os fatores subjacentes. As cargas fatoriais representam a correlação entre cada variável e o respectivo componente, sendo que valores acima de 0,50 são considerados relevantes para a análise (HAIR *et al.*, 2019)., observa-se que cada variável está fortemente associada a um único componente, sugerindo uma boa estrutura fatorial.

Na tabela 5, demonstra que a dimensão 1 - Inovação no turismo, agrupou as variáveis IO2, IO1, IP1, IM2, IM3, IP3 e IS3, com cargas fatoriais variando entre 0,625 e 0,897, indicando que essas variáveis compartilham uma característica comum. A análise revelou uma estrutura sólida para a aplicação no turismo, com coeficientes de confiabilidade elevados, como o Alfa de Cronbach de 0,907 para a dimensão "Inovação no Turismo", demonstrando a consistência para o contexto de pesquisa.

A dimensão 2, Colaboração e parcerias engloba CP1, CP2 e CP3, com cargas fatoriais acima de 0,88, sugerindo que essas variáveis medem um mesmo fator subjacente. Já a dimensão 3, inovação em softwares contém INOV3 e INOV2, com cargas de 0,887 e 0,865, respectivamente, indicando um fator possivelmente relacionado à inovação.

A separação clara entre os fatores sugere uma estrutura bem definida, o que é um indicativo positivo para a validade da análise fatorial (FIELD, 2018). Além disso, as cargas fatoriais elevadas mostram que cada variável contribui significativamente para o seu respectivo fator. O critério de carga mínima de 0,40 para aceitação de um item em um fator é respeitado, conforme recomendado por Marôco (2021).

Tabela 5: Conjunto de variáveis padrão e de confiabilidade Alfa Cronbach para Inovação no Turismo

Dimensão Variáveis	Cargas	Alfa de Cronbach Confiabilidade
<b>Dimensão 1: Inovação no Turismo</b>		
IO 2 - A empresa implementa novos métodos de gestão.	0,897	
IP 1 - A empresa implementa novos processos operacionais e realiza melhorias significativas nos processos existentes.	0,872	
		0,907
IO 1 - A empresa apresenta novas formas de organização interna, como gerenciamento ou estruturas de controle	0,842	

IM 2 - A empresa apresenta serviços novos ou melhorados.	0,767	
IM 3 - A empresa busca a diferenciação de produtos.	0,766	
IP 3 - A empresa adota novas tecnologias que buscam a eficiência operacional.	0,670	
IS 3 - Há novos serviços introduzidos na empresa.	0,625	
<hr/>		
<b>Dimensão 2: Colaboração e Parcerias</b>		
CP1 - A empresa faz parcerias com outras empresas, organizações ou instituições.	0,939	0,920
CP2 - A empresa frequentemente faz parcerias com outras empresas, instituições ou organizações.	0,932	
CP3 - As parcerias com outras empresas ou instituições contribuíram diretamente para a inovação no seu estabelecimento.	0,884	
<hr/>		
<b>Dimensão 3: Inovação em Softwares</b>		
NOV 2 - A empresa frequentemente faz manutenção automatizada.	0,887	0,801
INOV 3 - A empresa frequentemente utiliza sistemas de segurança.	0,865	
<hr/>		

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Das 20 variáveis inicialmente identificadas e adaptadas nesta pesquisa, apenas 12 foram mantidas após a análise dos dados, resultando em variáveis mais compacta e ajustada à realidade da inovação no turismo. Essa redução validou as variáveis padrão, que agora reflete melhor os aspectos essenciais da inovação nesse campo, conforme indicado pelas altas cargas de fator e pela confiabilidade do *Alfa de Cronbach*.

A fatorial padrão mostra que os dados das variáveis tabela 5 se agruparam, a partir de suas cargas fatoriais, em três dimensões principais: Inovação no Turismo (1), Colaboração e Parcerias (2), e Inovação em Softwares (3). Inovação no Turismo abrange variáveis como mudanças organizacionais (IO2 e IO1), automação de processos (IP1), estratégias de marketing digital (IM2 e IM3), inovação em processos e inovação em serviços (IS3), com cargas fatoriais elevadas. Já a dimensão - Colaboração e Parcerias, por sua vez, reúne variáveis com altas cargas fatoriais (CP1,CP2,CP3), evidenciando a importância da cooperação entre empresas e instituições para promover práticas inovadoras no setor. Por fim, a dimensão - Inovação em Softwares destaca a adoção de tecnologias avançadas, como inteligência artificial, automação (INOV2) e segurança (INOV3), reforçando a

digitalização do turismo.

As variáveis apresentaram diferentes cargas fatoriais, com algumas mais altas e outras mais baixas, refletindo o impacto relativo de cada fator na inovação no turismo. Na Dimensão 2, Colaboração e Parcerias, as cargas fatoriais extremamente altas (CP1 = 0,939, CP2 = 0,932, CP3 = 0,884) indicam que a colaboração entre empresas, instituições e outros agentes do mercado é fundamental para a inovação no setor, destacando a relevância das redes de colaboração para impulsionar práticas inovadoras. As redes de colaboração formais e informais entre empresas formariam importantes estímulos às atividades inovadoras, sobretudo para as empresas menores, em razão de facilitarem o intercâmbio de conhecimentos diversos e o acesso a recursos. Ou seja, as empresas geram e recebem “transbordamentos” de conhecimento e tecnologia nas relações com seus parceiros. Este pode ser um fator decisivo para a aproximação das pequenas empresas com as grandes (NEVES, 2023; HAGEDOORN, LOKSHIN; MALO, 2018; HENRIQUES, SOBREIRO; KIMURA, 2018; TSCHANZ *et al.*, 2020). Essas altas cargas reforçam a ideia de que a inovação é impulsionada por um ecossistema cooperativo. Já na Dimensão 3 Inovação em Softwares, as cargas fatoriais elevadas (INOV2 = 0,887, INOV3 = 0,865) sugerem que a adoção de tecnologias avançadas, como inteligência artificial, automação e segurança, desempenha um papel na modernização do setor turístico. Embora as cargas não sejam tão altas quanto as do fator anterior, ainda assim indicam uma forte correlação com a inovação tecnológica no turismo. Esses resultados evidenciam como variáveis com cargas mais altas têm maior influência, enquanto as de cargas mais baixas, embora importantes, têm um impacto relativamente menor no processo de inovação.

Dessa forma, os padrões sugere uma estrutura fatorial bem definida, em que os itens estão agrupados de maneira coerente de acordo com os dados. Isso indica que os fatores identificados representam construtos distintos dentro da pesquisa. Para aprofundar a análise, seria interessante verificar índices de ajuste das dimensões a confiabilidade dos fatores, como o Alfa de Cronbach.

Na tabela 5 também são apresentadas as estatísticas de confiabilidade, especificamente o coeficiente Alfa de Cronbach, que mede a consistência interna de um conjunto de itens em um instrumento de pesquisa. O valor de  $\alpha=0,907$  indica um nível de confiabilidade muito alto, sugerindo que os itens avaliados possuem uma

forte correlação interna e medem de forma consistente o construto em questão. Além disso, o Alfa de Cronbach com base em itens padronizados ( $\alpha=0,908$  \alpha = 0,908) apresenta um valor muito próximo, reforçando a estabilidade da confiabilidade mesmo após a padronização dos itens.

De acordo com os critérios propostos por George e Mallery (2016), valores de Alfa de Cronbach acima de 0,9 são considerados excelentes, entre 0,8 e 0,9 como bons, entre 0,7 e 0,8 como aceitáveis, e abaixo de 0,7 podem indicar problemas de consistência interna. Assim, o resultado obtido sugere que dimensões é altamente confiável e adequada para a mensuração da inovação no turismo do Paraná.

Outro aspecto relevante é o número de itens ( $N = 7$ ), que influencia o cálculo do Alfa de Cronbach. Conforme Hair *et al.* (2019), um número maior de itens tende a aumentar a confiabilidade, enquanto um número muito pequeno pode comprometer a estabilidade do coeficiente. Nesse caso, a presença de sete itens parece ser suficiente para garantir uma boa consistência interna.

Portanto, os resultados indicam que a escala utilizada possui alta confiabilidade, sendo apropriada para aplicações em pesquisas que demandam medidas consistentes e precisas. Para uma análise mais aprofundada, recomenda-se também a verificação da validade do instrumento por meio de análises fatoriais ou de validade convergente e discriminante.

A análise da confiabilidade das escalas apresentadas na imagem foi realizada com base no coeficiente Alfa de Cronbach, uma medida amplamente utilizada para avaliar a consistência interna de instrumentos de pesquisa. Esse coeficiente varia entre 0 e 1, sendo que valores acima de 0,7 são considerados aceitáveis, enquanto valores acima de 0,9 indicam excelente confiabilidade (HAIR *et al.*, 2019).

Referente à dimensão "Colaboração e Parceria", a tabela 5 descreve o Alfa de Cronbach obtido foi de 0,920, indicando uma excelente consistência interna entre os três itens da escala. Segundo George e Mallery (2016), coeficientes acima de 0,9 são altamente desejáveis e sugerem que os itens medem um mesmo construto de forma coerente e homogênea. Dessa forma, pode-se afirmar que a escala utilizada para medir a colaboração e a parceria apresenta alta confiabilidade e pode ser aplicada com segurança em pesquisas futuras.

Nota-se na tabela 5 que a estatística de confiabilidade apresentada indica que o Alfa de Cronbach para a variável de Inovação Geral é 0,801, o que sugere uma

boa consistência interna entre os itens avaliados. O Alfa de Cronbach baseado em itens padronizados apresenta um valor muito próximo (0,802), indicando que a padronização das variáveis não alterou significativamente a confiabilidade do conjunto. Como o número de itens analisados é 2, essa alta confiabilidade sugere uma forte correlação entre os itens, o que reforça sua coerência ao medir o mesmo construto.

Porém, mesmo com o resultado positivo, o fato de a escala contar com apenas dois itens pode ser um ponto negativo, já que escalas mais confiáveis normalmente incluem um maior número de variáveis para garantir uma avaliação mais abrangente do conceito de inovação. Apesar de analisar se a inclusão de mais itens manteria, foi verificado que não melhoraria a confiabilidade da escala, sendo só mantida pelo padrão só 2. Apresenta-se a tabela 06 com a correlações das três dimensões.

Tabela 6: **Correlações das Dimensões**

<b>Dimensões</b>	<b>Inovação no Turismo</b>	<b>Colaboração e Parcerias</b>	<b>Inovação em Softwares</b>
<b>Inovação no Turismo</b>	1,000	0,409	0,408
<b>Colaboração e Parcerias</b>	0,409	1,000	0,219
<b>Inovação em Softwares</b>	0,408	0,219	1,000

Fonte: Elaborado pela autora com apoio do SPSS, 2025.

Para interpretar o coeficiente de correlação e as magnitudes (fraca, moderada e forte) usar citação do FIELD (2009, p. 128 e 129).

A matriz de correlações das dimensões apresentada permite analisar a relação entre as três dimensões da inovação no turismo do Paraná: (1) inovação no turismo, (2) colaboração e parcerias e (3) inovação em softwares. A correlação entre inovação no turismo e colaboração e parcerias ( $r=0,409$ ) sugere uma correlação positiva e moderada entre essas variáveis. Isso indica que quanto maior são as ações de inovação no turismo do Paraná, maior é a colaboração entre diferentes agentes, como empresas, governo e instituições acadêmicas. Segundo Hjalager (2010), a inovação no turismo é frequentemente impulsionada por redes de cooperação, onde o compartilhamento de conhecimento e recursos facilita a adoção de novas práticas e tecnologias. Dessa forma, a criação de parcerias estratégicas é

essencial para promover um ambiente inovador no setor.

A relação entre inovação no turismo e inovação em softwares ( $r=0,408$ ) também é moderada, sugerindo que tendências inovadoras observadas no setor turístico podem estar alinhadas a padrões mais amplos de inovação. Hall e Williams (2008) destacam que a inovação no turismo muitas vezes reflete desenvolvimentos ocorridos em outros setores, como tecnologia, sustentabilidade e digitalização. Esse achado reforça a ideia de que o turismo não é um setor isolado, mas sim parte de um ecossistema de inovação mais amplo.

Por outro lado, a correlação entre colaboração e parcerias e inovação em softwares ( $r=0,219$ ) é relativamente fraca. Isso indica que, embora a colaboração seja importante para a inovação no turismo, ela pode não estar diretamente associada a uma inovação mais ampla. Uma possível explicação para esse resultado é que as parcerias no turismo tendem a ter um impacto mais localizado, beneficiando principalmente empresas e destinos específicos, mas sem necessariamente influenciar processos de inovação em um nível macroeconômico (NOVELLI; SCHMITZ; SPENCER, 2006).

Logo, os resultados reforçam a importância da colaboração como um fator impulsionador da inovação no turismo, mas também sugerem que a inovação turística mantém certa independência em relação à inovação geral. Para promover a inovação no setor, políticas públicas e estratégias empresariais devem enfatizar o fortalecimento das redes de colaboração, ao mesmo tempo em que buscam alinhar as inovações turísticas às tendências globais de inovação.

Dessa forma, os padrões sugere uma estrutura fatorial bem definida, onde os itens estão agrupados de maneira coerente. Isso indica que os fatores identificados podem representar construtos distintos dentro da pesquisa. Para aprofundar a análise, seria interessante verificar índices de ajuste e a confiabilidade dos fatores, como o Alfa de Cronbach.

## **5.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo atingiu seu objetivo ao identificar e testar uma das dimensões da inovação aplicadas ao turismo. Através de uma análise fatorial exploratória, foi possível dimensionar com alta confiabilidade. Das 20 variáveis inicialmente

consideradas, 12 apresentaram consistência interna, demonstrando sua adequação para medir a inovação no turismo do Paraná.

A pesquisa evidencia a necessidade de métricas confiáveis e metodologias bem definidas para avaliar a efetividade das inovações, ressaltando que a ausência de um processo válido pode comprometer a implementação e adoção de novas soluções. Outro ponto relevante do estudo é a consideração de fatores externos, como o ambiente de mercado e as condições socioeconômicas, que podem influenciar diretamente o sucesso ou fracasso de uma inovação.

O uso da Análise Fatorial Exploratório e a verificação das correlações entre os fatores revelam uma estrutura bem definida e coerente, com a inovação sendo um fator importante para o desenvolvimento do setor turístico. Nesse contexto, por meio da análise fatorial exploratória a mensuração da inovação torna-se essencial para orientar estratégias eficazes e promover o desenvolvimento contínuo do setor garantindo que as inovações implementadas pelas empresas de turismo gerem valor tanto para os clientes quanto para os negócios. Esta abordagem foi fundamental para obter uma compreensão abrangente das práticas inovadoras no turismo e das variáveis que influenciam sua mensuração. A utilização de métodos quantitativos é amplamente recomendada em estudos de inovação, pois possibilita a análise objetiva de dados e a identificação de padrões relevantes (AIRES; COSTA; BRANDÃO, 2022).

A inovação no turismo se manifesta de maneira interligada, englobando inovação em serviços, organizacional e em marketing, ao contrário das classificações teóricas gerais, que tendem a separá-las em categorias distintas. Esta particularidade reforça a necessidade de considerar a inovação no turismo como um conjunto integrado de variáveis, em vez de analisá-las isoladamente.

Em conclusão, os resultados reforçam a importância da colaboração como um fator impulsionador da inovação no turismo, mas também sugerem que a inovação turística mantém certa independência em relação à inovação em softwares. Para promover a inovação no setor, políticas públicas e estratégias empresariais devem enfatizar o fortalecimento das redes de colaboração, ao mesmo tempo em que buscam alinhar as inovações turísticas às tendências globais de inovação.

Como contribuição teórica, o estudo avança em apresentar três dimensões confiáveis para a inovação no turismo, confirmadas pela teoria. A análise confirma que as variáveis com cargas fatoriais mais elevadas são as mais influentes na inovação do turismo, sendo inovação no turismo (1), colaboração e parcerias (2), e inovação em software (3), que devem ser priorizadas na criação de modelos de inovação no setor. Este estudo oferece uma contribuição teórica significativa para a literatura sobre inovação no turismo ao propor uma abordagem integrada para sua mensuração. Tradicionalmente, a inovação é analisada de forma segmentada, abrangendo dimensões como inovação em processos, organizacional, marketing e tecnologia. Contudo, os resultados desta pesquisa indicam que empresários e gestores do setor não a percebem de maneira fragmentada, mas como um fenômeno único e interdependente, no qual distintos aspectos inovativos ocorrem simultaneamente. A análise fatorial exploratória evidenciou que as variáveis mais representativas apresentam elevada correlação entre si. Esses achados indicam que a mensuração da inovação no turismo deve adotar uma perspectiva holística, reconhecendo a interconectividade entre diferentes práticas inovadoras e sua influência conjunta no desempenho do setor.

Como contribuição prática, além de compreender a inovação como um processo integrado, os gestores do turismo podem extrair diversos benefícios deste estudo, especialmente na tomada de decisões estratégicas, melhoria da competitividade e otimização da gestão da inovação. Os resultados da pesquisa podem orientar gestores públicos e privados na tomada de decisão, promovendo maior atratividade, diferenciação e resiliência no setor, buscando a inovação como estratégia de gestão. Podem auxiliar os gestores na priorização de investimentos em inovação de maneira mais assertiva. Por exemplo, se a inovação organizacional (mudança na estrutura e gestão) apresenta forte impacto no desempenho, empresas podem investir mais em capacitação de equipe e novos modelos de governança. O estudo mostra que a colaboração é uma das principais variáveis para impulsionar a inovação. Com isso, gestores podem expandir redes de parcerias estratégicas, seja entre empresas do setor turístico, fornecedores de tecnologia ou órgãos públicos, para acelerar processos inovadores e ampliar a competitividade.

Para pesquisas futuras, sugere-se a ampliação da análise das dimensões de inovação no turismo, explorando sua aplicabilidade em diferentes contextos e

tipologias de destinos turísticos e em outros estados brasileiros. A continuidade do estudo deve envolver a validação empírica das variáveis e dimensões identificadas, a fim de verificar as validades convergentes e discriminantes das dimensões a para a configuração de um modelo abrangente de inovação no setor. Sugere-se ainda a realização de uma análise fatorial confirmatória para validar a proposta e estruturar um modelo definitivo de inovação no turismo. Isso permitirá o desenvolvimento de métricas mais confiáveis, possibilitando a aplicação em diferentes contextos e aprimorando a gestão da inovação no setor. Recomenda-se a utilização de abordagens metodológicas mistas, combinando análises quantitativas e qualitativas, para assegurar a robustez dos resultados e possibilitar a adaptação do modelo às especificidades dos diferentes atores e segmentos turísticos.

## 5.7 REFERÊNCIAS

- Aires, F. (2017). *Inovação na visão de gestores de hotéis em Aveiro*.
- Aires, F., & Brandão, J. (2020). *Competitividade e inovação no turismo*.
- Bastos, A., & Ferreira, J. (2016). *Fundamentos da pesquisa quantitativa*.
- Barbetta, P. A. (1998). *Estatística aplicada às ciências sociais*. UFSC.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2019). *Open innovation: Research, practices, and policies*.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2016). Tourism innovation in the global South: Evidence from the Western Cape, South Africa.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2012). Innovation within the Canadian tourism industry: A Delphi study of practitioners' perspectives.
- Bryman, A. (2021). *Social research methods* (6<sup>a</sup> ed.). Oxford University Press.
- Campos, L., et al. (2023). Modelos de inovação e sua aplicabilidade no turismo.
- Capriello, A., Antonella, M., & Riboldazzi, S. (2021). Tecnologia e inovação em agências de viagens.
- Carvalho, L., & Bugs, G. (2016). Diagnóstico organizacional em operadoras de turismo.
- Chesbrough, H. (2019). *Open innovation results: Going beyond the hype and getting down to business*. Harvard Business Review Press.

- Chesbrough, H., et al. (2006). *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Harvard Business School Press.
- Costa, A. R., Pereira, M. L., & Sousa, F. M. (2023). Inovações incrementais no turismo: Impacto na gestão e experiência do turista. *Revista Brasileira de Turismo*, 23(2), 185–202.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6ª ed.). SAGE Publications.
- Damáσιο, B. F. (2012). *Uso da análise fatorial exploratória em psicologia*.
- Dencker, F. (2007). *Métodos e técnicas de pesquisa em administração*.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4ª ed.). Sage Publications.
- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2020). *The management of technological innovation: Strategy and practice* (7ª ed.). Oxford University Press.
- Duque, R. (2021). *Gestão e inovação em meios de hospedagem*.
- Fabrigar, L. R., et al. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272–299.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3ª ed.). SAGE Publications.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5ª ed.). SAGE Publications.
- Fontana, R. (2018). Impacto da aplicação online na rejeição de pesquisas acadêmicas.
- Garau Vadell, J. B., & Orfila-Sintes, F. (2008). Innovation in tourism: Management strategies for sustainable growth. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 21(3), 229–245.
- Galina, S., & Dias, C. (2022). Gestão da inovação e modelos de negócios no turismo.
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS statistics 23 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Gil, A. C. (2022). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (8ª ed.). Atlas.
- Hair, J. F., et al. (2009). *Multivariate data analysis* (7ª ed.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8ª ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., et al. (2021). *Multivariate data analysis* (9ª ed.). Cengage Learning.

- Haddad, F., Porse, S., & Rabahy, W. (2013). Turismo e desenvolvimento regional no Brasil.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. Routledge.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Innovation and tourism: Critical perspectives*. Routledge.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.
- IBM. (2025). *Manual de utilização do software SPSS Statistics 22*.
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, C., & Chironi, S. (2022). Tendências inovadoras na hotelaria e turismo.
- Jacob, M., et al. (2003). Environmental innovation and tourism competitiveness.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36.
- Khan, S., Shaheed, F. M., & Swarna, M. (2022). Hotel automation and innovation in guest experience.
- Kirtil, M., & Aşkun, T. (2021). Uso de robótica e inteligência artificial na hospitalidade.
- Krizaj, D., et al. (2014). Measuring innovation in tourism: A systematic approach.
- Kuss, M., & Medaglia, M. (2022). Impacto das tecnologias digitais nas agências de turismo.
- López, R., et al. (2023). Inovação tecnológica e desempenho hoteleiro.
- Malhotra, N. K., et al. (2022). *Marketing research: An applied orientation* (8ª ed.). Pearson.
- Marôco, J. (2021). *Análise estatística com SPSS Statistics* (7ª ed.). ReportNumber.
- Ministério do Turismo (Mtur). (2024). *Cadastur e a regulamentação do turismo no Brasil*.
- Nordli, A. (2017). Inovação em pequenas empresas de turismo na Noruega.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3ª ed.). McGraw-Hill.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Geographies*, 8(3), 268–288.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Research & Hospitality Management*, 1(1), 25–38.
- Pazini, R. (2015). Percepção da inovação por gestores de agências de turismo em Curitiba.

- Pikkemaat, B., & Peters, M. (2005). Towards the measurement of innovation – A pilot study in the small and medium-sized tourism enterprises.
- Pikkemaat, B., & Peters, M. (2006). Innovation management in tourism: The case of Tyrol, Austria.
- Pivčević, S., & Praničević, D. G. (2012). Innovation activity in the hotel sector: The case of Croatia.
- Rabahy, W. (2019). Desafios do turismo no Brasil e a necessidade de inovação.
- Rodrigues, A., & Anjos, M. (2016). Inovação no setor de artesanato e restauração em São Luís.
- Santos, F., et al. (2020). Hospitalidade em eventos corporativos e sua influência na experiência do cliente. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(3), 254–273.
- Santos, L. T., Oliveira, G. R., & Freitas, J. A. (2024). O impacto da inovação no setor de turismo pós-pandemia: Novos desafios e oportunidades. *Revista de Gestão e Inovação em Turismo*, 15(4), 301–315.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (9<sup>a</sup> ed.). Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Silva, M., et al. (2023). Gestão de pessoas em hotéis e inovação em hospitalidade.
- Suzigan, W. (2023). Inovação e desenvolvimento econômico no Brasil.
- Walder, B., et al. (2006). Tourism innovation and the role of regional development agencies.

## 6. CONSIDERAÇÕES DA DISSERTAÇÃO

O Estudo 1 abordou a inovação como um elemento essencial para a evolução do turismo, destacando sua relação com avanços tecnológicos e práticas inovadoras. A pesquisa revelou que a inovação no setor turístico não ocorre isoladamente, mas sim em um ambiente de interconexão entre diferentes agentes, por meio de colaboração e parceria. Evidenciou a necessidade de uma colaboração global para otimizar recursos e processos, destacando a interconexão entre sustentabilidade, tecnologia e desenvolvimento econômico como pilares fundamentais. O estudo concluiu que para manter a competitividade e o desenvolvimento contínuo, é necessário que estratégias inovadoras integrem a colaboração e atualização tecnológica constante.

O Estudo 2 analisou o ecossistema de inovação no turismo do Paraná, evidenciando como a colaboração entre diferentes setores pode impulsionar soluções inovadoras e novos negócios no setor. O estudo apontou que as parcerias entre o setor público e privado são fundamentais para o desenvolvimento regional, mas também destacou problemáticas, como a necessidade de uma maior priorização do turismo dentro dos *hubs* de inovação, de *startups* de turismo e políticas de inovação do estado. A maturidade do ecossistema de inovação no Paraná demonstra potencial significativo para o setor turístico, porém, requer mais estratégias de planejamento e governança para expandir as iniciativas já existentes.

No Estudo 3, o objetivo foi identificar e testar a matriz de dimensões da inovação aplicada ao turismo, utilizando a análise fatorial exploratória. A pesquisa identificou variáveis relevantes por meio do estudo 2 e pela literatura para medir a inovação no setor, revelando que a inovação não pode ser segmentada em categorias isoladas, como serviços, marketing, tecnologia ou processos, mas deve ser considerada de forma integrada. O estudo 3 avança em apresentar três dimensões confiáveis para a inovação no turismo, confirmadas pela teoria. A análise confirma que as variáveis com cargas fatoriais mais elevadas são as mais influentes na inovação do turismo, sendo inovação no turismo (1), colaboração e parcerias (2), e inovação em software (3), que devem ser priorizadas na criação de modelos de inovação no setor. A confiabilidade das escalas utilizadas reforçou a precisão dos resultados, sugerindo que a inovação do turismo depende de um equilíbrio entre colaboração e parcerias, e inovação em softwares.

De forma geral, a dissertação reforçou a centralidade da inovação como vetor de transformação do turismo. O papel do ecossistema de inovação mostrou-se determinante ao evidenciar a importância da cooperação entre atores diversos na criação de ambientes favoráveis à inovação. A articulação entre governo, iniciativa privada, instituições de ensino e a sociedade civil emergiu como essencial para o fortalecimento de uma cultura de inovação sustentável e tecnológica. A pesquisa também contribuiu para ampliar o entendimento de que a inovação vai além do aspecto tecnológico, envolvendo uma abordagem colaborativa, sistêmica e inclusiva entre stakeholders. Além disso, a pesquisa contribuiu teoricamente ao evidenciar a necessidade de um ecossistema de inovação estruturado, e, na prática, forneceu insights para a gestão do turismo.

Dessa forma, este estudo contribui para o avanço teórico e prático sobre inovação no turismo, oferecendo subsídios para gestores, formuladores de políticas e pesquisadores interessados em compreender e fomentar a inovação no setor. Nesse sentido, o trabalho representa um avanço significativo no entendimento do papel estratégico da inovação no setor, contribuindo para a sua consolidação como área prioritária no desenvolvimento socioeconômico. Como perspectivas para pesquisas futuras, sugere-se ampliar a aplicabilidade das dimensões testadas, fortalecendo o posicionamento do turismo como um setor inovador utilizando análises fatoriais confirmatórias para validar as dimensões em diferentes contextos regionais e nacionais. Essa ampliação permitirá consolidar o turismo como um setor dinâmico, competitivo e inovador.

## **7. REFERÊNCIAS**

- Abreu Novais, M., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: What we know, what we know but shouldn't and what we don't know but should. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1563.
- Adner, R. (2017). The wide lens: What successful innovators see that others miss. *Portfolio*.

- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic Management Journal*, 31(3), 306-333.
- Ahmad, M., Zhu, X., & Wu, Y. (2022). The criticality of international tourism and technological innovation for carbon neutrality across regional development levels. *Journal of Environmental Management*, 315, 115072.
- Ahmed, M., Aliane, N., Khababa, N., Abdou, M. Y. K., & Agina, M. F. (2023). Eco-Innovation Drivers and Their Impact on Tourism and the Hospitality Business in Egypt. *Journal of Cleaner Production*, 385, 135462.
- Aires, F., & Brandão, J. (2020). Competitividade e inovação no turismo.
- Aires, J., Costa, C., & Brandão, F. (2022). Rumo a um conceito de inovação no turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2577. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2577>
- Aires, R., & Brandão, A. (2022). Inovação e competitividade no setor de turismo. *Revista Brasileira de Turismo*, 16(2), 45-62.
- Akhtar, N., & Anjum, T. (2022). The role of tourism in economic development: A bibliometric analysis. *Tourism Economics Review*, 30(4), 567-583.
- Alonso, A. D., & Bressan, A. (2016). Micro and small business innovation in a traditional industry. *International Journal of Innovation Management*, 20(4), 1650042.
- Alonso-Almeida, M. M., Rocafort, A., & Borrajo, F. (2016). Shedding light on eco-innovation in tourism: A critical analysis. *Sustainability*, 8(6), 599.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051.
- Audretsch, D. B., & Link, A. N. (2019). Sources of knowledge and entrepreneurial behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 249-256.
- Audretsch, D. B., et al. (2019). The role of public policy in the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 53, 419-428.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2017). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 233-251.

- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72-95.
- Avdimiotis, S. (2011). Measurement of spatial inequalities between destination in metafordism period. The role of innovation via grid computing. *Tourism Management*, 32(4), 829-839.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Barna, M., & Biletska, I. (2021). Strategic management of innovation development of tourism businesses: Multi-systematic approach. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 179-190.
- Bartis, H., Hufkie, B., & Moraladi, M. (2021). The Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on the Business Events Sub-sector in South Africa: Mitigation Strategies and Innovations. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(4), 273-290.
- Bathlélt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: Local buzz, global pipelines and the process of innovation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Bastos, A., & Ferreira, J. (2016). *Fundamentos da pesquisa quantitativa*.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Bieger, T., Walter, P., & Thiessen, S. (2007). Jet age tourism. *Tourism Review*, 62(1), 52-63.
- Binder, P. (2020). Impacts of network relationships on absorptive capacity in the context of innovation. *Journal of Business Research*, 120, 65-77.
- Blasi, V., & Sedita, S. (2020). Analyzing the role of ecosystems in dynamic tourism networks. *Annals of Tourism Research*, 83, 102921.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2019). Open innovation: Research, practices, and policies.

- Bogers, M., Sims, C., & West, J. (2019). Innovation ecosystems. *Industrial and Corporate Change*, 28(6), 1145-1174.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2016). Tourism innovation in the global South: Evidence from the Western Cape, South Africa.
- Brandão, F., Costa, C., & Buhalis, D. (2018). Tourism innovation networks: A regional approach. *Annals of Tourism Research*, 72, 56-64.
- Brasil, Congresso Nacional. (2004). Lei da Inovação.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2012). Innovation within the Canadian tourism industry: A Delphi study of practitioners' perspectives.
- Brooker, E., Joppe, M., Davidson, M. C. G., & Marles, K. (2012). Innovation within the Australian outdoor hospitality parks industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 686-695.
- Bryman, A. (2021). *Social research methods* (6th ed.). Oxford University Press.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272.
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of service management*, 30(4), 484-506.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1).  
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>

- Bulc, V. (2011). Innovation ecosystem and tourism. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 1(1), 27-34.
- Campos, J. A. (2022). *Inovação no desenvolvimento econômico e social: Teoria e prática*.
- Campos, L., et al. (2023). Modelos de inovação e sua aplicabilidade no turismo.
- Capriello, A., Antonella, M., & Riboldazzi, S. (2021). Tecnologia e inovação em agências de viagens.
- Capriello, A., & Riboldazzi, S. (2021). Exploring service innovation in a network of travel agencies: the Robintur case. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100815.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2009). 'Mode 3' and 'quadruple helix': Toward a 21st-century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3-4), 201-234.
- Carayannis, E., & Rakhmatullin, R. (2014). The quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialisation strategies for sustainable and inclusive growth in Europe and beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212-239.
- Carson, D. A., Carson, D. B., & Hodge, H. (2014). Understanding local innovation systems in peripheral tourism destinations. *Tourism Geographies*, 16(3), 457-473.
- Carvalho, L., & Bugs, G. (2016). Diagnóstico organizacional em operadoras de turismo.
- Chan, A., Go, F. M., & Pine, R. (1998). Service innovation in Hong Kong: Attitudes and practice. *The Service Industries Journal*, 18(2), 112-124.
- Chan, W. Y., To, C. K., & Chu, W. C. (2016). Desire for experiential travel, avoidance of rituality and social esteem: An empirical study of consumer response to tourism innovation. *Journal of Vacation Marketing*, 22(4), 382-396.
- Chesbrough, H. (2019). *Open innovation results: Going beyond the hype and getting down to business*.
- Chesbrough, H., et al. (2006). *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M. (1995). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.

- Coe, N. M., & Bunnell, T. G. (2003). 'Spatializing' knowledge communities: Towards a theoretical framework. *Progress in Human Geography*, 27(4), 490-511.
- Costa, A. R., Pereira, M. L., & Sousa, F. M. (2023). Inovações incrementais no turismo: Impacto na gestão e experiência do turista. *Revista Brasileira de Turismo*, 23(2), 185-202.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- D'Uría, S., Scott, A., & Baird, T. (2016). Innovation ecosystems and value creation in tourism. *Tourism Economics*, 22(3), 536-554.
- Damáσιο, B. F. (2012). *Uso da análise fatorial exploratória em psicologia*.
- Dencker, F. (2007). *Métodos e técnicas de pesquisa em administração*.
- Denicolai, S., Zanoni, S., & Graziano, M. (2010). Knowledge and innovation in tourism networks: The role of absorptive capacity. *Tourism Management*, 31(4), 413-425.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications*. Sage Publications.
- Díaz, M. M., & Duque, C. M. (2021). Open innovation through customer satisfaction: A logit model to explain customer recommendations in the hotel sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 59.
- Dillette, A., & Ponting, S. S.-A. (2021). Diffusing innovation in times of disasters: considerations for event management professionals. *Event Management*, 25(4), 505-517.
- Divisekera, S., & Nguyen, V. K. (2018). Determinants of innovation in tourism evidence from Australia. *Tourism Management*, 67, 157-167.
- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2020). *The management of technological innovation: Strategy and practice*.
- Dorcic, J., Komsic, J., & Markovic, S. (2018). Mobile technologies and applications towards smart tourism—State of the art. *Tourism Review*, 73(2), 276-288.
- Doring, T., & Schnellenbach, J. (2006). Innovation and regional development: Theories and empirical evidence. *Regional Studies*, 40(4), 439-456.
- Duque, R. (2021). *Gestão e inovação em meios de hospedagem*.
- El Khwesky, T., & El Khwesky, A. (2022). IoT and the hospitality industry: Innovations and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(2), 215-229.

- El, R., Van der Klauw, S., & Kamerling, J. (2020). Sustainable tourism through collaborative innovation. *Tourism Management*, 81, 104-114.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and “Mode 2” to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Fabi, V., Vettori, M. P., & Faroldi, E. (2021). Adaptive reuse practices and sustainable urban development: Perspectives of innovation for European historic spa towns. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(1), 35-52.
- Fabrigar, L. R., et al. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.
- Fang, Y., Bi, D., Chen, H., & Peng, T. (2021). Spatial effects of knowledge-intensive business services clustering on tourism innovation in urban agglomerations. *Journal of Geographical Sciences*, 31(4), 547-562.
- Felizola, M. P. M., Aragão, I. M. de, & Silva, A. L. S. (2024). A articulação dos atores do ecossistema paranaense de inovação. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 18(1), 41–58.
- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptual framework for smart tourism destinations: A stakeholder-based approach. *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1734-1750.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Filippopoulos, K., & Fotopoulos, N. (2022). The role of innovation ecosystems in tourism. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1-22.
- Fontana, R. (2018). Impacto da aplicação online na rejeição de pesquisas acadêmicas. Freeman, C. (1979). *The economics of industrial innovation*. Penguin Books.
- Galina, S., & Dias, C. (2022). Gestão da inovação e modelos de negócios no turismo.
- Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: Conceituação, produção e publicação. *Logeion: Filosofia da Informação*, 6(1), 57–73. <https://doi.org/10.21728/logeion.2019v6n1.p57-73>

- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J.-L., & Ons-Cappa, M. (2016). ECO-innovation and economic crisis: A comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 138, 131-138.
- Garau Vadell, J. B., & Orfila-Sintes, F. (2008). Innovation in tourism: Management strategies for sustainable growth.
- Gartner, W. B., & Drucker, P. F. (1987). Innovation and entrepreneurship by Peter F. Drucker. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172-175.
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS statistics 23 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Gil, A. C. (2022). *Métodos e técnicas de pesquisa social (8ª ed.)*. Atlas.
- Goddin, B. (2006). The invention of innovation: A conceptual history of technical change. *History of Science*, 44(1), 43-67.
- Gomes, P., Dubar, E., & Paulo, M. (2023). Hotel 4.0: The impact of the fourth industrial revolution on the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(2), 345-360.
- Gomes, S., Lopes, J. M., & Ferreira, L. (2023). Looking at the tourism industry through the lenses of industry 4.0: a bibliometric review of concerns and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2022-0479>
- Gorochnaya, V., Mikhaylov, A., Plotnikova, A., & Mikhaylova, A. (2021). The interdependence between tourism and innovation activity in the western borderlands of Russia. *Tourism Management*, 82, 104168.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.
- Guimarães, T. A., & Borges, M. L. (2008). A inovação no setor de turismo: Perspectivas para o futuro. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 2(1), 34-48.
- Haddad, F., Porse, S., & Rabahy, W. (2013). Turismo e desenvolvimento regional no Brasil.
- Hair, J. F., et al. (2009). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- Hair, J. F., et al. (2021). *Multivariate data analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.

- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. Routledge.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and innovation: Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility*. Routledge.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Innovation and tourism: Critical perspectives*.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2020). Innovation and tourism governance. *Annals of Tourism Research*, 84, 102940.
- Hallenga-Brink, S. C., & Brezet, J. C. (2005). The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 141-149.
- Hansen, K., Gonzalez, M., & Ferrari, S. (2019). Collaborative networks and the tourist experience: A review of the literature. *Tourism Management Perspectives*, 29, 37-46.
- Hansen, M., Hjalager, A.-M., & Fyall, A. (2019). Adventure tourism innovation: Benefitting or hampering operations? *Tourism Management*, 70, 278-292.
- Hjalager, A.-M. (1996). Tourism and the environment: The innovation connection. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 7-22.
- Hjalager, A.-M. (2000). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 21(4), 403-413.
- Hjalager, A. M. (2006). The marriage between welfare services and tourism - A driving force for innovation? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3(1-2), 7-21.
- Hjalager, A. M. (2007). Stages in the economic globalization of tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 437-457.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.
- Hjalager, A.-M. (2012). Innovation policies for tourism. *Tourism Management*, 33(4), 885-898.
- Hjalager, A. M. (2013). 100 innovations that transformed tourism. *Journal of Travel Research*, 52(1), 1-21.
- Hjalager, A. M. (2015). Tourism and innovation. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of tourism* (pp. 964-967). Springer.
- Hjalager, A. M., & Kwiatkowski, G. (2019). Relational environmentalism in coastal recreation and tourism. *Sustainability*, 11(21), 6011.

- Hsiang, C.-H., Chen, R.-S., Chen, Y.-C., & Chen, C.-C. (2011). A framework of collaborative commerce and internet organisation business model innovation in the tourism industry: The case study of the Veterans Affairs Commission in Taiwan. *International Journal of Information Management*, 31(3), 259-264.
- IBM. (2025). Manual de utilização do software SPSS Statistics.
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, C., & Chironi, S. (2022). Tendências inovadoras na hotelaria e turismo.
- IPARDES. (2024). Relatório sobre inovação no turismo do Paraná. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social.
- Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Jacob, M., Florido, C., & Aguiló, E. (2010). Research note: Environmental innovation as a competitiveness factor in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 16(3), 419-434.
- Jacob, M., et al. (2003). Environmental innovation and tourism competitiveness.
- Jackson, M., & Murphy, P. (2002). Clusters of tourism. *Journal of Travel Research*, 41(2), 76-84.
- Jayawardena, C. (2019). Sustainability and the future of tourism. *Journal of Tourism Insights*, 10(1), 1-12.
- Jelinčić, D. A., & Tišma, S. (2022). Tourism Innovation in the Adriatic-Ionian Region: Questioning the Understanding of Innovation. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1011-1030.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity.
- Karmanov, M. V., Kiseleva, I. A., Kuznetsov, V. I., Zavrzhin, A. G., & Pushkareva, S. A. (2021). Innovative solutions for developing the transport infrastructure of tourist areas in the context of sustainability. *Transportation Research Procedia*, 58, 92-100.
- Kenski, V. (2010). Educação e tecnologias: O novo ritmo da informação. *Revista Brasileira de Educação*, 15(44), 91-108.
- Khan, S., Shaheed, F. M., & Swarna, M. (2022). Hotel automation and innovation in guest experience.

- Khurramov, O.K. (2020). "The Role Of The Tourism Sector In The Digitalization Of The Service Economy," *Economics And Innovative Technologies*: Vol. 2020 : No. 1, Article 6. Available At: <https://Uzjournals.Edu.Uz/Iqtisodiyot/Vol2020/Iss1/6>
- Kirtil, M., & Aşkun, T. (2021). Uso de robótica e inteligência artificial na hospitalidade. Kirtil, P., & Aşkun, O. B. (2021). Artificial intelligence applications in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100784.
- Klimenko, T. I., Shinkevich, A. I., Kudryavtseva, S. S., Shinkevich, M. V., Barsegyan, N. V., Farrakhova, A. A., & Ishmuradova, I. I. (2018). Modeling Factors of Environmental Tourism Development in Innovation Economy. *Ekoloji Dergisi*, (106).
- Koo, C., Mendes Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders. *Tourism Review*, 74(1), pp. 1-4. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-208>
- Kokotovich, V., Lebe, S. S., & Vujičić, M. D. (2021). Sustainability innovation in tourism. *Sustainable Tourism Journal*, 18(3), 299-315.
- Krizaj, D., et al. (2014). Measuring innovation in tourism: A systematic approach.
- Kuss, M., & Medaglia, M. (2022). Impacto das tecnologias digitais nas agências de turismo.
- Kuss, R., & Medaglia, L. (2022). Inovação nas agências de viagens: Transformação digital e novas práticas. *Revista Turismo & Sociedade*, 15(1), 120-140.
- L Ilieva, & L Todorova. (2023). Role of technological innovation for sustainable management of tourism organizations. *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science*, 1269(1), 012038–012038. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1269/1/012038>
- Lengkeek, J. (1999). A thorn for beauty: Tourism involution as a pitfall of sustainability. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 22(1), 83-98.
- Leung, D. (2019). The impact of information technology on tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(4), 445-456.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2018). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 58, 293-300.
- López, A., & Ramos, D. (2015). Innovation in services: The case of rural tourism in Argentina. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51(3), 635-646.
- López, R., et al. (2023). Inovação tecnológica e desempenho hoteleiro.

- Malhotra, N. K., *et al.* (2022). *Marketing research: An applied orientation* (8th ed.). Pearson.
- Marôco, J. (2021). *Análise estatística com SPSS Statistics* (7ª ed.). ReportNumber.
- Martin-Rios, C. (2019). Innovation in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 44-52.
- Mehraliyev, F., Choi, Y., & Köseoglu, M. A. (2020). Smart tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100739.
- Mendes Filho, L., Silva, P. C., & Silva, M. C. (2019). Big data analytics in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 595-610.
- Mendes-Filho, & Ramos, A. (2002). *Estratégia Empresarial E Tecnologia De Informação No Turismo*. 1(2), 37–54.
- Morant-Martínez, O., Santandreu-Mascarell, C., Canós-Darós, L., & Millet Roig, J. (2019). Ecosystem model proposal in the tourism sector to enhance sustainable competitiveness. *Sustainability*, 11(23), 6652.
- Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., & Merigó, J. (2019). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. *Journal of business research*, 101, 819-827.
- Nadkarni, S., & Haider, I. (2022). Digital transformation, operational efficiency and sustainability: innovation drivers for hospitality's rebound in the United Arab Emirates. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(6), 572-578.
- Nelson, R. R. (1993). *National innovation systems: A comparative analysis*. Oxford University Press.
- Nordli, A. (2017). Hotel entrepreneurship and innovation. *Journal of Tourism Research*, 15(2), 175-198.
- Nordli, A. (2017). Inovação em pequenas empresas de turismo na Noruega.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Oliveira, R. V., & Corrêa, T. (2017). Turismo digital: Como a tecnologia influencia a experiência turística. *Revista Brasileira de Turismo*, 11(3), 110-125.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry.
- Orfila-Sintes, J., Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2024). The innovative behaviour of tourism firms--Comparative studies of Denmark and Spain. *Research*

Policy, 36(1), 88–106.

[https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v\\_3a36\\_3ay\\_3a2007\\_3ai\\_3a1\\_3ap\\_3a88-106.htm](https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v_3a36_3ay_3a2007_3ai_3a1_3ap_3a88-106.htm)

Ottenbacher, M. C., & Gnoth, J. (2005). How to develop successful hospitality innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 205-222.

Parahoo, S. K., Mumtaz, S., Ayyagari, M., Harvey, H. L., & Khazraji, M. A. (2021). Investigating actors and enablers of innovation using a service ecosystem lens: a modelling approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 24(1), 25-44.

Pazini, R. (2015). *Percepção da inovação por gestores de agências de turismo em Curitiba*.

Pikkemaat, B., & Peters, M. (2005). Towards the measurement of innovation – A pilot study in the small and medium-sized tourism enterprises. Pikkemaat, B., & Peters, M. (2006). *Innovation management in tourism: The case of Tyrol, Austria*.

Pivčević, S., & Praničević, D. G. (2012). Innovation activity in the hotel sector: The case of Croatia.

Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Rabahy, W. (2019). *Desafios do turismo no Brasil e a necessidade de inovação*.

Rabahy, W. A. (2019). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>

Rapacz, A., Gryszel, P., Walesiak, M., & Dudek, A. (2022). Innovative activity of restaurants operating in the largest Polish cities. *E & M Ekonomie a Management*, 25(2).

Rodrigues, A., & Anjos, M. (2016). *Inovação no setor de artesanato e restauração em São Luís*.

Rodrigues, C., & Anjos, F. (2016). A gestão de artesanato e restauração no turismo. *Revista Turismo & Sociedade*, 10(1), 91-105.

Santos, F., *et al.* (2020). *Hospitalidade em eventos corporativos e sua influência na experiência do cliente*.

Santos, L. T., Oliveira, G. R., & Freitas, J. A. (2024). O impacto da inovação no setor de turismo pós-pandemia: Novos desafios e oportunidades. *Revista de Gestão e Inovação em Turismo*, 15(4), 301-315.

- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. Harper & Brothers.
- Silva, M., *et al.* (2023). *Gestão de pessoas em hotéis e inovação em hospitalidade*.
- Simantob, M., & Lippi, R. (2003). *Gestão da inovação: Conceitos e práticas no Brasil*. Editora Atlas.
- Sinkovics, N. (2016). Enhancing the foundations for theorizing through bibliometric mapping. *International Marketing Review*, 33(3), 327-350. doi:10.1108/IMR-10-2014-0341.
- Soares, J. C., Domareski Ruiz, T. C., & Ivars Baidal, J. A. (2022). Smart destinations: a new planning and management approach?. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2717-2732.
- Soliman, M., Cardoso, L., Almeida, R., Araújo, T., & Araújo Vila, N. (2021). Experiências turísticas e inovação digital. *Revista Turismo em Análise*, 32(2), 175-200.
- Standing, C., Tang-Taye, J. P., & Boyer, M. (2014). The impact of the Internet in travel and tourism: A research review. *Journal of Travel Research*, 53(6), 611-624.
- Suzigan, W. (2023). *Inovação e desenvolvimento econômico no Brasil*.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2008). *Gestão da inovação* (3ª ed.). Bookman.
- UNWTO. (2020). *Global report on innovation in tourism*. World Tourism Organization.
- Van Eck, N.J. & Waltman, L. (2010) Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.
- Vargas-Sánchez, A., & Durao, M. (2017). The Role of Social Networks in the Smart Tourism Destination: Application to the South Region of Portugal. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(2), 16.
- Walder, B., *et al.* (2006). *Tourism innovation and the role of regional development agencies*.
- Wang, W., Cole, S. T., Chen, J. S. (2018). Tourist Innovation in Air Travel. *Journal of Travel Research*, 57(2), 164-177.
- Warren, C., Becken, S., <sup>1</sup> & Coghlan, A. (2018). Sustainability-oriented Service Innovation: fourteen-year longitudinal case study of a tourist accommodation provider. *Journal of Sustainable Tourism*, <sup>2</sup> 26(10), 1784-1803.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.

Zhang, W., Zhan, Y., Yin, R., & Yuan, X. (2022). The tourism eco-efficiency measurement and its influencing factors in the Yellow River Basin. *Sustainability*, 14(23), 15654.

## APÊNDICE 1

### Perguntas Gestores

1. Qual é o papel das tecnologias na gestão da sua organização?
2. A sua organização utiliza alguma tecnologia de automação ou inteligência artificial? Em caso afirmativo, como ela impacta os processos de gestão?

### Perguntas sobre a colaboração em redes e ecossistemas

3. Quais atores do ecossistema turístico são mais relevantes para a sua organização (e.g., fornecedores de tecnologia, sistema S, agências governamentais, turistas, comunidades locais)?
4. Existe colaboração com outros atores do ecossistema turístico para inovar?
5. Que estratégias sua organização adota para construir e manter relações de confiança com parceiros no ecossistema?

### Perguntas sobre capacidades organizacionais

6. Qual o nível de tecnologia e inovação da sua organização que você considera essencial para se manter competitiva no contexto da Indústria 4.0?
7. A sua organização oferece capacitações ou treinamentos voltados para a adaptação tecnológica e inovação?
8. De que maneira sua organização aprende com a colaboração em redes ou clusters de inovação?

### Perguntas sobre inovação e sustentabilidade

9. Qual relação inovação e da sustentabilidade do ponto de vista da sua organização?
10. Qual tipo de inovação é aplicada na sua organização?
11. Sua organização participa de iniciativas ou projetos conjuntos que busquem promover práticas de turismo sustentável? Quais?
12. Existem barreiras específicas enfrentadas pela sua organização ao tentar implementar soluções inovadoras?

### Perguntas sobre o mapeamento e compreensão do ecossistema

13. A sua organização fez parte ou contribuiu para algum mapeamento do ecossistema turístico em que está inserida? Caso afirmativo, como foi?
14. Existem interesses conflitantes entre os atores do ecossistema que impactam a sua organização? Como eles são tratados?

## APÊNDICE 2

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

### Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

Este é um convite para participar da pesquisa: "Inovação no Turismo e o Ecossistema Colaborativo do Paraná", que tem como pesquisadora e mestranda responsável Elaine Cristina da Luz, sob orientação da Prof.ª Drª Thays Cristina Domareski Ruiz, no programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná.

A pesquisa tem por objetivo explorar diferentes dimensões da inovação nas organizações. A pesquisa se divide em oito seções principais, cada uma focando em um aspecto específico da inovação e colaboração. Nas perguntas apresenta-se uma breve descrição de cada seção.

As respostas serão fornecidas por meio de uma escala Likert, que varia de 1 a 5, variando de nunca ou sempre; concordo totalmente ou discordo totalmente.

Cada afirmação apresentada deverá ser avaliada de acordo com o seu grau de concordância ou discordância. Essa estrutura permite captar a intensidade da sua opinião sobre os temas propostos, o que ajudará a gerar uma análise mais detalhada e precisa dos resultados.

Os dados que você irá fornecer serão confidenciais e serão divulgados em congressos ou pesquisas, sempre de forma anônima. Para participar, você deve ser maior de 18 anos e ser ou ter sido gestor de empresas de meios de hospedagem, organizadora de eventos, agência e/ou operadora turística ou transportadora turística.

Suas respostas são fundamentais para este estudo. O formulário leva de 5 à 8 minutos para ser respondido.

Agradecemos sua participação!

elaine.luz@ufpr.br

thaysruiz@ufpr.br

\* Indica uma pergunta obrigatória

<https://docs.google.com/forms/d/1-#60vzcAKTZUYQ5jOyvkHCITg1fmmobX63pDGGullg/edit?pli=1>

1/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

1. 1. Termo de Consentimento: \*

Marcar apenas uma oval.

Sim, concordo.

Não concordo.

**COLABORAÇÃO E PARCERIAS:** Esta seção investiga como as organizações colaboram com outras empresas, instituições ou comunidades, analisando o impacto dessas parcerias na inovação e no desenvolvimento de soluções criativas. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

2. 2. A empresa faz parcerias com outras empresas, organizações ou instituições. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISCORDO TOTALMENTE      CONCORDO TOTALMENTE

3. 3. A empresa frequentemente faz parcerias com outras empresas, instituições ou organizações. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISCORDO TOTALMENTE      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-#60vzcAKTZUYQ5jOyvkHCITg1fmmobX63pDGGullg/edit?pli=1>

2/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

4. 4.As parcerias com outras empresas ou instituições contribuíram diretamente para a inovação no seu estabelecimento. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO:** Nesta seção, explorar-se-á o conceito de inovação de forma ampla, destacando as tendências e as melhores práticas adotadas pelas empresas; Também os diferentes tipos de inovação e seu papel no crescimento das organizações. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

5. 5. A empresa frequentemente faz incorporação de ativos tecnológicos como automação de processos, uso da inteligência artificial, uso da internet das coisas e ou robotização. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

3/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

6. 6. A empresa frequentemente faz manutenção automatizada. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

7. 7. A empresa frequentemente utiliza sistemas de segurança. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC(      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO DE SERVIÇOS:** Nesta seção, analisar-se-á como as empresas inovam em seus serviços para melhorar a experiência do cliente, explorando novos modelos de entrega, atendimento e personalização. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

4/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

8. 8. Os serviços, produtos e ofertas são desenvolvidos para melhorar a experiência do cliente. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

9. 9. A empresa investe em inovações incrementais (quando são feitas melhorias graduais ou contínuas em produtos, serviços, processos ou tecnologias existentes) em serviços ou produtos existentes. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

10. 10. Há novos serviços introduzidos na empresa. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

5/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

11. 11. Há melhorias significativas em serviços existentes na empresa. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO EM PROCESSOS:** Nesta seção o foco está nas melhorias e mudanças nos processos internos das organizações, buscando entender como a inovação pode otimizar a eficiência, reduzir custos e elevar a qualidade dos produtos ou serviços. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

12. 12. A empresa implementa novos processos operacionais e realiza melhorias significativas nos processos existentes. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

6/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

13. 13. A empresa implementa automatização de seus processos. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

14. 14. A empresa adota novas tecnologias que buscam a eficiência operacional. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL:** Nesta seção, o foco está nas mudanças na estrutura e na cultura organizacional que promovem um ambiente favorável à inovação. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOyMkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

7/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

15. 15. A empresa apresenta novas formas de organização interna, como gerenciamento ou estruturas de controle. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

16. 16. A empresa implementa novos métodos de gestão. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

17. 17. A empresa oferece possibilidade de treinamento e capacitação de funcionários. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

**INOVAÇÃO EM MARKETING:** Nesta seção, o foco está nas estratégias inovadoras de marketing utilizadas pelas empresas para se destacar no mercado. Avalie as afirmativas a seguir variando de 1 discordo totalmente a 5 concordo totalmente.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOyMkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

8/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

18. 18. A empresa utiliza novos métodos de marketing, como campanhas ou canais de promoção. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

19. 19. A empresa apresenta serviços novos ou melhorados. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

20. 20. A empresa busca a diferenciação de produtos. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

9/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

21. 21. A empresa se preocupa com a gestão da experiência do cliente. \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

DISC      CONCORDO TOTALMENTE

### PERFIL DO GESTOR

Nesta seção o objetivo é identificar o perfil dos gestores e suas competências.

22. 22. Qual é a sua idade? \*

\_\_\_\_\_

23. 23. Qual é o seu nível de escolaridade? \*

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Fundamental  
 Ensino Médio  
 Ensino Superior  
 Pós-graduação  
 Outros

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAkTZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDGGullg/edit?pli=1>

10/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

24. 24. Qual é sua formação profissional? \*

---

25. 25. Qual o cargo que você ocupa? \*

---

26. 26. Na sua empresa, existe algum profissional formado em Turismo ocupando cargos de gerência ou liderança em sua empresa? \*

*Marcar apenas uma oval.* Sim Não

27. 27. Qual o cargo que o profissional formado em Turismo ocupa? \*

---

**PERFIL DA EMPRESA**

Nesta seção o objetivo é identificar o perfil da sua empresa.

<https://docs.google.com/forms/d/1-R60vzcAktZUYQ5jOymkHCITg1fnnobX63pDQGullg/edit?pli=1>

11/15

11/03/2025, 16:33

Pesquisa de Opinião: Inovação no Turismo

28. 26. Qual setor empresarial do turismo que você atua? \*

*Marcar apenas uma oval.* Meios de Hospedagem Organizadora de Eventos Agências de Turismo Transportadora Turística Operadora Turística Outros

29. 27. Qual é o tipo da empresa? \*

*Marcar apenas uma oval.* Micro e Pequeno porte (de acordo com o Estatuto da Micro e Pequena Empresa) Médio Grande