




O EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO EM TURISMO NA PANDEMIA: O CASO DO FESTIVAL DE TURISMO DAS CATARATASⁱ

CORPORATE TOURISM ENTREPRENEURSHIP IN THE PANDEMIC: THE CASE OF THE FALLS TOURISM FESTIVAL

Erica Dayane Chaves Cavalcante – (UFRN)^{*1}

Palavras-chave	Resumo
<p>Empreendedorismo Corporativo. Turismo. Pandemia. Evento. Estudo de Caso.</p> <div data-bbox="164 1223 400 1516" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>ISSN 2594-8407</p><p>Licenciada por <i>Creative Commons</i> Atribuição Não Comercial/Sem Derivações / 4.0/ Internacional</p></div>	<p>Este artigo partiu do objetivo de apresentar as ações relativas ao empreendedorismo corporativo por parte da organização do Festival de Turismo das Cataratas, motivado pela pandemia do Coronavírus (Covid-19). O referido evento, que é considerado um dos eventos de turismo mais importantes do Brasil e da América Latina, sofreu o impacto da pandemia do Coronavírus (Covid-19), tendo que empreender para se ajustar às mudanças do contexto pandêmico. Em relação à metodologia, realizou-se um estudo de caso único, <i>online</i>, baseado na análise de dados secundários, tais como <i>sites</i>, periódicos e artigos científicos, com análise <i>ex-post facto</i>, uma vez que se delimitou a 15^a edição do evento como ponto inicial. Dentre os principais resultados, evidenciou-se a inovação em produtos/serviços, como a criação do Manual de Boas Práticas – Prevenção Covid 19, a criação de sub-eventos; e a inovação de processos, como as ações de biossegurança no evento presencial e o uso de tecnologias.</p>



Keywords	Abstract
<p><i>Corporate Venture. Tourism. Pandemic. Event. Case Study.</i></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Submetido em: 26/02/2022</p> <p>Aprovado em: 20/06/2022</p> <p>Publicado em: 23/06/2022</p> <p>Editor: Izac Bonfim</p> </div>	<p>This article started from the objective of presenting the actions related to corporate entrepreneurship by the organization of the Cataratas Tourism Festival, motivated by the Coronavirus pandemic (Covid-19). This event, which is considered one of the most important tourism events in Brazil and Latin America, suffered the impact of the Coronavirus pandemic (Covid-19), having to undertake to adjust to the changes in the pandemic context. Regarding the methodology, a single online case study was carried out, based on the analysis of secondary data, such as websites, journals and scientific articles, with <i>ex-post facto</i> analysis, since the 15th edition of the event was defined as starting point of the research. Among the main results, innovation in products/services was evidenced, such as the creation of the best practices manual – covid 19 prevention and also sub-event; and process innovation, such as biosafety actions at the face-to-face event and the use of technologies.</p>

<p>Como Citar: Cavalcante, E. D. C. (2022). O Empreendedorismo Corporativo em Turismo na Pandemia: o caso do festival de turismo das cataratas. <i>Ateliê do Turismo</i>. (6)2, 41-62, jul-dez</p>



INTRODUÇÃO

A realização dos eventos para as trocas comerciais e o desenvolvimento humano é constatada desde as civilizações antigas. Tornou-se popular a partir da Revolução Industrial, com o incremento das viagens. Os eventos têm se tornado um fator turístico, realizado para diferentes finalidades, muitas vezes associados à realização de negócios. Nesse sentido, o Ministério do Turismo (2006, p. 46) denominou um segmento turístico específico para eventos, sendo esse o “Turismo de Negócios e Eventos”, o qual “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

Na última década, o referido segmento turístico tem lidado com mudanças e desafios, resultantes das transformações do mercado. Além das mudanças naturais que se deram no contexto do turismo, gerando desafios e tendências, o setor iniciou no final de 2019, a travessia por um período turbulento. Um vírus (Coronavírus), originário da província de Wuhan, na China, deu início a uma pandemia que alterou completamente os rumos da economia global. Países de todo o mundo foram atingidos pela doença (Covid-19), que devido à escalada exponencial de contágio, forçou governos a tomar medidas de isolamento social e o fechamento de fronteiras (Rêgo, Barros & Lanzarini, 2021).

Nesse cenário, viagens turísticas e corporativas, principalmente as com destino internacional, tornaram-se inviáveis. Concomitantemente, eventos foram adiados ou cancelados, seguindo a orientação da Organização Mundial da Saúde (OMS) para evitar aglomerações.

Diante da adversidade apresentada, é possível destacar a importância das organizações buscarem empreender como um subterfúgio para atravessar a crise (Rêgo, Barros & Lanzarini, 2021). O empreender, nesse caso, não se torna apenas possível por meio da aplicação de investimentos financeiros, mas pela geração de novas ideias, criativas, as quais podem se transformar em inovações.

Neste artigo, apresenta-se o empreendedorismo corporativo como a oportunidade de se buscar realizar inovações dentro das organizações. O termo é sinônimo de intraempreendedorismo e pode ser conceituado como aquele empreendedorismo realizado dentro de uma organização (Antoncic & Hisrich, 2001; Rodrigues, Maccari & Pereira, 2009).

Como um exemplo a partir do qual fosse possível ilustrar como se dá o empreendedorismo corporativo, escolheu-se o Festival de Turismo das Cataratas, por ser um evento expoente no setor do turismo que sofreu o impacto da pandemia do Coronavírus (Covid-19) e teve que se ajustar durante esse período, empreendendo novos produtos (sub-eventos) oferecidos em plataformas virtuais e inovação de processos, como



os ajustes relativos à biossegurança para a realização da edição de 2020 do evento (Regis, 2021; Lima, 2021).

O Festival de Turismo das Cataratas recebeu o selo Sesi ODS 2020 (o 5º selo ODS recebido) como reconhecimento pelo protocolo de segurança adotado na organização do evento. Tal selo tem buscado valorizar boas práticas que respeitem Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) implementadas por empresas, indústrias, instituições públicas e do terceiro setor de todo o Paraná. Em 2020, a certificação baseou-se no processo de aprendizagem e nas “experiências relacionados à pandemia de covid-19 dentro das empresas, indústrias e organizações. A empresa adotou medidas internas e foi certificada como segura em razão do planejamento da Feira de Turismo e Negócios, levando em consideração todas as ações de segurança” (Festival das Cataratas, 2020c; 2021a).

Com base no exposto, este artigo tem o objetivo de apresentar as ações relativas ao empreendedorismo corporativo por parte da organização do Festival de Turismo das Cataratas, motivado pela pandemia do Coronavírus (Covid-19).

Pontua-se que este artigo se justifica pela constatação de que existem poucos estudos sobre empreendedorismo corporativo na ampla área da gestão (Ribeiro, 2021). Quando falado no contexto da produção científica em turismo, as pesquisas ou estudos sobre o tema em questão são incipientes, como constatou-se a partir da pesquisa de Lago *et al.* (2018) em uma rede de empresas em turismo.

Este artigo trata de um estudo teórico descritivo, realizado com base em pesquisa de dados secundários, tais como *sites*, periódicos e artigos científicos, com análise *ex-post facto*, uma vez que foram analisadas as ações empreendidas a partir do ano de 2020.

Para além desta introdução, são apresentadas no referencial teórico, as relações entre empreendedorismo e inovação, o surgimento e conceituação do empreendedorismo corporativo. Na sequência, são apresentados os procedimentos metodológicos, a apresentação do caso contemplando de forma subjacente a teoria em pauta, expondo, ao final, as considerações finais.

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

O economista francês Jean Baptiste Say, na primeira metade do século XIX, apresentou o conceito de empreendedor como “aquele capaz de gerar recursos econômicos num setor de baixa atividade econômica e transformá-lo num setor de alta atividade econômica” (Rodrigues, Maccari & Pereira, 2009, p. 188).

A palavra empreendedorismo se popularizou na economia, a partir de 1934, quando o economista Joseph Alois Schumpeter escreveu sua tese de doutorado sobre a teoria de desenvolvimento econômico, considerando o empreendedorismo como uma capacidade inovadora.

Segundo Schumpeter (1997), empreender não se limita a abrir um negócio e aplicar inovações de terceiros, mas criar novas condições que gerem transformações em



determinada área, setor, ramo de atividade ou local de atuação do empreendedor. Empreender, portanto, trata da capacidade de ruptura do fluxo econômico contínuo, pela criação de novas tecnologias, capazes de substituir as antigas (inovação destruidora). Schumpeter aponta cinco fontes básicas de inovação:

(1) um novo produto ou nova característica de qualidade num produto; (2) um novo método de produção; (3) um novo mercado para um produto; (4) uma nova fonte de suprimentos de matéria prima ou nova matéria prima; e (5) a criação de uma nova ordem num setor industrial ou uma nova estrutura de mercado no setor. As fontes de inovação, segundo o autor, seriam desencadeadas por pessoas com iniciativa, visão e capacidade de realização, a quem ele chama de empreendedores. (Rodrigues, Maccari & Pereira, 2009, p. 188-189).

Por sua vez, no Manual de Oslo de 2005, em consonância ao conceito de empreendedorismo e inovação de Schumpeter (1997), a inovação é definida como “a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios...” (Manual de Oslo, p.55, 2005).

Ainda de acordo com o Manual, acontece a inovação de produto ou serviço quando é disponibilizado no mercado inexistente, que tenha a capacidade de substituir produtos e serviços que já existam. A inovação do processo se relaciona à implementação de novos métodos de produção e/ou distribuição, enquanto a inovação em *marketing* se relaciona à “concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços” (Manual de Oslo, p. 59, 2005).

É importante destacar que quando Schumpeter (1997) e seus seguidores mencionam o empreendedorismo, o termo se restringe à uma ação com finalidade externa à empresa, a construção de uma empresa. Porém, sua relação com as diferentes formas de inovação, especificamente quando tratada da inovação do método de produção, aponta para a necessidade de se pensar no empreendedorismo dentro da própria organização, como proatividade e geração de novas ideias (Pinchot III, 1978) que possam diversificar a organização (Antoncic & Hisrich, 2003). O empreendedorismo em questão, trata do que a literatura tem chamado de empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo (Silva, 2019).

EMPREENDERISMO CORPORATIVO

Empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo é uma área de estudo do empreendedorismo considerada mais recente. O primeiro estudo sobre esse tema se deu a partir de Pinchot III (1989) na década de 1980, quando o pesquisador observou uma lacuna na definição de Schumpeter sobre empreendedor, que não seria apenas alguém



que cria a empresa mas, também, alguém que dentro da empresa pode criar a partir de ideias inovadoras.

O autor denominou o termo “empreendedor dentro da corporação” (*intrapreneur*), que foi refinado, atualmente chamado de empreendedorismo corporativo. O termo é utilizado para tratar dos profissionais que atuam como empreendedores dentro das organizações, ao defender seus projetos e assumir os possíveis riscos inerentes às suas ideias. Esses, buscam abrir novos caminhos que visam a solucionar problemas ou desafios que emergem do ambiente no qual a organização está inserida.

Por sua vez, Hitt, Ireland e Hoskisson (2008) definiram o empreendedorismo corporativo como um processo no qual um novo empreendimento ou inovações são criadas por um indivíduo ou grupo de pessoas internamente à organização. Esse indivíduo ou grupo de pessoas trabalham para identificar oportunidades, fazendo tudo o que é preciso para implementar ideias criativas que possam criar novos projetos associados à organização na qual estão inseridos.

Essa visão é comungada por Dornelas (2003), ao preconizar que o empreendedorismo corporativo é um processo através do qual é criada uma nova organização associada à organização existente ou no qual acontece renovação ou inovação intraorganizacional, a partir do trabalho de um indivíduo ou grupo de pessoas.

Como observado, esse empreendedorismo é considerado uma forma de promover inovações dentro da organização, assegurando que determinado colaborador possa conduzir suas boas ideias, sendo valorizado por isso e certificando que o mesmo possa atuar sem precisar sair da empresa (Tidd, Bessant & Pavitt, 1997).

Sem considerar a relevância do empreendedorismo corporativo, principalmente o estímulo ao desenvolvimento de ideias e projetos inovadores, muitas organizações deixavam de abrir espaço para inovações que poderiam torná-la mais competitiva. Ao invés disso, profissionais que tinham o perfil empreendedor deixavam de “empreender dentro da corporação” para se desvincular da organização e abrir seu próprio negócio (Pinchot III; Pellman, 2004).

A partir da observação dos fatores relacionados à saída de bons profissionais das organizações para empreenderem seus próprios negócios, nasceu uma filosofia organizacional que busca incentivar a geração de ideias e a capacidade de iniciativa entre os próprios colaboradores, como forma de fomentar o empreendedorismo na organização (Pinchot III; Pellman, 2004). Tal mudança de pensamento e de foco requer da organização uma nova visão e prontidão para o novo (Tidd, Bessant & Pavitt, 1997).

Na concepção de Hashimoto (2006), ao incentivar o empreendedorismo corporativo, as organizações poderiam ampliar sua atuação, ao canalizar o espírito empreendedor dos seus colaboradores para gerar melhorias no processo ou diversificação de produtos e/ou serviços em consonância com objetivos estratégicos. Como contrapartida, a organização poderia oferecer a esses colaboradores a oportunidade de crescimento e concretização de projetos pessoais alinhados à mesma.



Com relação aos colaboradores e ao perfil empreendedor, Cornwall e Perlman (1990) afirmam que se poderia identificar o empreendedor corporativo em qualquer nível organizacional, o qual poderia gerar valor a partir do seu trabalho no chão de fábrica, ou sendo um pesquisador na área de pesquisa e desenvolvimento (P&D), ou um líder de equipe de projetos ou um gerente do alto escalão.

Para além das conceituações apresentadas, Antoncic e Hisrich (2003) relacionam o empreendedorismo corporativo a outras temáticas no âmbito da gestão, tais como diversificação estratégica, capacidade, aprendizagem e inovação organizacional, temáticas comumente tratadas em pesquisas sobre o tema. Dentre as dimensões do empreendedorismo corporativo de Antoncic e Hisrich (2003), estão a capacidade de autorrenovação, que consiste na reformulação da estratégia, reorganização e mudança organizacional; a capacidade de assumir riscos, considerando a possibilidade de possíveis prejuízos quando tomadas decisões ousadas, comprometendo os recursos existentes em busca de novas oportunidades; e a proatividade, quando a organização tem o perfil de criação de tendências, pioneirismo e iniciativa.

A partir de uma apreciação mais recente sobre o tema, Silva (2019) observou que o empreendedorismo corporativo tem evoluído com foco em três áreas: i) elencar características individuais intraempreendedoras; ii) conhecer como ocorre a formação de novos empreendimentos corporativos; e iii) caracterizar a organização empresarial.

Por fim, é importante considerar os três fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo identificados na pesquisa realizada por Miguez e Lezana (2018), sendo os mesmos: atividade empreendedora, oportunidade percebida e capacidade percebida. Os dois primeiros fatores “representam o potencial inovativo dos empreendedores. A importância dessas duas variáveis se dá pela necessidade do empreendedor de perceber as oportunidades de negócio para que seu negócio prospere” (Miguez & Lezana, 2018, p.121). Já a capacidade percebida pelo empreendedor pode ser associada a um “líder ou um gestor consciente de suas competências, habilidades e limitações para liderar a organização e sua equipe” (Miguez & Lezana, 2018, p. 116).

Ainda na concepção dos autores, os referidos fatores associam-se à gestão organizacional, às oportunidades identificadas no ambiente, cultura e, da mesma maneira, de forma moderada, ao " impacto mediático" causado pelo empreendedorismo, dado que “a probabilidade de comportamento empreendedor corporativo aumenta em contextos em que o empreendedorismo é valorizado, ou onde a mídia frequentemente relata histórias de empresas de sucesso, aumenta a probabilidade de comportamento empreendedor corporativo” (Miguez & Lezana, 2018, p. 116).



METODOLOGIA

O presente estudo apresenta as ações relativas ao empreendedorismo corporativo por parte da organização do Festival de Turismo das Cataratas, motivado pela pandemia do Coronavírus (Covid-19).

Como forma de alcançar o objetivo deste estudo, foi conduzida uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo, na qual se realizou a estratégia do estudo de caso único de um evento com foco turístico, tanto comercial, quanto acadêmico: o Festival de Turismo das Cataratas. (Stake, 2016).

O Festival de Turismo das Cataratas é um evento que se realiza anualmente na cidade brasileira de Foz do Iguaçu, Paraná. É considerado um dos eventos turísticos mais importantes do Brasil e da América Latina, tendo seu foco no desenvolvimento da atividade turística e do conhecimento técnico-científico (Festival de Turismo das Cataratas, 2021a).

Pontua-se que em agosto de 2021 foi contatada a diretora administrativa da De Angeli Eventos & Empreendimentos, responsável pela organização do evento pesquisado, via *LinkedIn* e *site* institucional, além do envio de e-mails com cartas-convite para dois diretores da organização. Tinha-se o intuito de realizar entrevistas com sujeitos-chave na organização do evento para compreender aspectos organizacionais intrínsecos que não foram aprofundados nos *sites* analisados.

Uma vez que o acesso à direção da organização do evento não foi possível, a pesquisa ocorreu integralmente *online*. Na primeira fase, realizou-se o levantamento de artigos jornalísticos e científicos sobre o evento, utilizando-se da chave de busca “Festival de Turismo das Cataratas”. Com relação aos artigos jornalísticos, ressalta-se que os mesmos foram acessados via *Google*, que direcionou a visitas a *sites* – como o *site* do evento (principal fonte) e jornais de turismo que fizeram a cobertura do evento a partir do ano de 2020.

Já com relação ao levantamento de artigos científicos, a pesquisa se estendeu aos indexadores de periódicos – como os Periódicos Capes e SPELL e *Google Acadêmico*. Constatou-se a ausência de pesquisas sobre o evento estudado nos Periódicos Capes e SPELL. No *Google acadêmico*, alcançou-se aproximadamente 45 artigosⁱⁱ que continham a chave de busca, mas apenas 2 deles abordavam o “Festival de Turismo das Cataratas” em seu conteúdo, como Dias e Martins (2011), que mencionaram o evento como um dos marcos para ilustrar o potencial de crescimento dos eventos técnicos-científicos; e Longaray e Pereira (2016), que desenvolveram uma revisão sistemática da literatura sobre sustentabilidade ambiental em um evento esportivo a partir dos anais do Fórum Internacional de Turismo do Iguassu.

Voltando-se à apreciação dos 254 artigos jornalísticos levantados, como instrumento de coleta de dados, utilizou-se um roteiro de observação com quatro tópicos centrais para a filtragem do material a ser analisado, disponíveis no Quadro 2. O roteiro



permitiu que as informações sobre ações de empreendedorismo corporativo por parte da organização do evento fossem identificadas em cada artigo e analisadas de forma interpretativa com base no referencial teórico. Ressalta-se que foi realizada a análise *ex-post facto*, uma vez que foram observadas as ações empreendidas a partir de 2020, no foco da 15ª edição do evento em estudo.

Quadro 2

Roteiro de Observação

<p>Diversificação estratégica, auto renovação, proatividade</p> <p>Criação de novidades</p> <p>Aprendizagem organizacional</p> <p>Predisposição da organização a mudanças que podem levar à aprendizagem (Antoncic & Hisrich, 2003)</p>	<p>Comportamento estratégico induzido</p> <p>“Aquele que é gerado pela administração da organização para identificar oportunidades no ambiente de maneira forçada”.</p> <p>Comportamento estratégico autônomo</p> <p>“Desenvolvido por funcionários empreendedores que se engajam em projetos objetivando mobilizar recursos corporativos para essas novas oportunidades identificadas internamente ou externamente à organização”. (Silva, 2019, p. 111)</p>
<p>Ideias inovadoras</p> <p>Ideias capazes de gerar diferencial. (Pinchot III, 1989)</p>	<p>Fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo</p> <p>Atividade empreendedora, oportunidade percebida e capacidade percebida (Miguez & Lezana, 2018)</p>

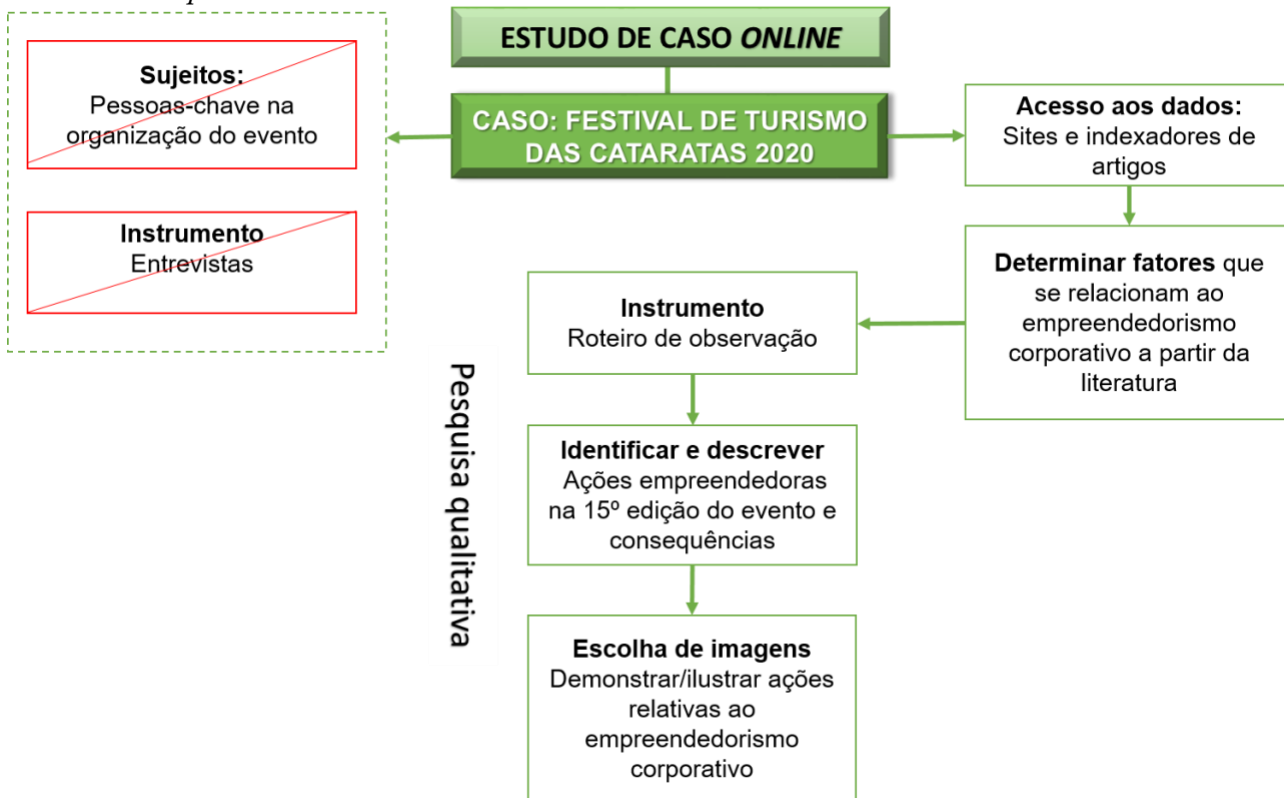
Fonte: autora (2021)

Utilizou-se, ainda, fotografias disponíveis sobre o evento e o recurso da captura de tela para ilustrar aspectos teóricos tratados, bem como indicar a confiabilidade da pesquisa. O fluxo seguido na realização da pesquisa se encontra ilustrado na Figura 1.



Figura 1

Fluxo da Pesquisa



Fonte: Autora (2021)

A pesquisa encontra um potencial considerável de compreensão sobre o tema investigado, uma vez que diante do contexto da crise ocasionada pela pandemia do Coronavírus (Covid-19), o Festival de Turismo das Cataratas teve que inovar e empreender ações corporativas como forma de manter ativa sua edição anual, respeitando as recomendações de biossegurança exigidas pelo cenário pandêmico.

Na sequência, é apresentada a caracterização do estudo de caso - o Festival de Turismo das Cataratas, bem como suas ações relativas ao empreendedorismo corporativo

CASO: O FESTIVAL INTERNACIONAL DE TURISMO DAS CATARATAS

O Festival das Cataratas é um evento realizado pela De Angeli Eventos e Empreendimentos. O evento serve de meio para conectar destinos, empresas e profissionais do *trade*. Além disso, busca incentivar a relação entre tecnologia, inovação e redes sustentáveis, buscando conectar pessoas.



Realizado anualmente em Foz do Iguaçu, o Festival das Cataratas já se consolidou como um dos eventos de turismo mais importantes do Brasil e da América Latina e tem seu foco voltado para o desenvolvimento do turismo, da economia, do conhecimento técnico-científico e do meio ambiente, além da geração de ideias, oportunidades de negócios, troca de experiências e soluções sustentáveis (Festival de Turismo das Cataratas, 2021a, p. 3).

De acordo com as informações constantes na aba de apresentação do Festival de Turismo das Cataratas (2021), o evento busca a integração dos diferentes agentes turísticos, sendo esses: agentes de viagens; operadores de turismo; empresas de transporte; meios de hospedagem; companhias aéreas; bares e restaurantes; casas de *show*; destinos turísticos; atrativos turísticos; instituições governamentais; iniciativa privada; guias de turismo; associações e sindicatos de turismo; imprensa especializada e a academia.

Além disso, Festival de Turismo das Cataratas possui em sua composição eventos denominados complementares, que acontecem de forma paralela, no intuito de contemplar a integração proposta e “efetivam as ações de geração de negócios, responsabilidade socioambiental e inovação no mercado nacional e internacional” (Festival de Turismo das Cataratas, 2021a, p. 13).

Figura 2

Eventos Complementares e Paralelos

Eventos complementares e paralelos

- Feira de Turismo e Negócios
- Fórum de Turismo do Iguaçu
- Hackatour Cataratas
- MICE Cataratas
- Rodada de Negócios
- Salão do vinho argentino
- Arena Gastronômica
- Salão de Turismo Cultural e Espiritualidade
- Mostra de Produtos Regionais
- Arena tecnológica

Fonte: Festival de Turismo das Cataratas (2021a, p. 13).

No que diz respeito aos eventos complementares, que acontecem de forma paralela, a “Feira de Turismo e Negócios” é considerada uma das grandes atrações do Festival das Cataratas, uma vez que é o espaço reservado para a geração efetiva de negócios. Tida como o ponto de encontro dos profissionais de turismo, esse evento complementar conta com mais de 5000m² distribuídos em mais de 200 espaços.

O evento complementar “Fórum de Turismo” é destacado na aba de apresentação (Festival de Turismo das Cataratas, 2021a) como o maior evento técnico-científico do



turismo nacional e o maior Fórum Científico da América do Sul, que busca incentivar a pesquisa científica, além de conciliar o mercado e a academia (a relação entre teoria e prática).

Por sua vez, o evento complementar “Hackatour Cataratas” é apresentado como uma maratona que visa ao desenvolvimento de soluções voltadas à área do turismo, incentivando o empreendedorismo e a cultura da inovação. É buscado, ainda, aproximar o conhecimento tecnológico do mercado.

O evento complementar “Salão MICE Cataratas” é voltado para o público que organiza, promove e fornece eventos, buscando gerar o debate e promover a troca de experiências sobre tendências na organização de eventos associativos, tais como reuniões, incentivos, conferências e feiras.

Já o evento complementar “Rodada de Negócios” é apresentado como uma forma de gerar negócios entre *buyers* (compradores) e *suppliers* (fornecedores), sendo possível trocar contatos e apresentar seus produtos e serviços, o que permite desenvolver parcerias.

Os demais eventos complementares “Salão do Vinho Argentino”, “Arena Gastronômica”, “Salão de Turismo Cultural e Espiritualidade”, “Mostra de Produtos Regionais” e “Arena Tecnológica” têm propósito expositivo, voltado aos visitantes do Festival de Turismo das Cataratas.

A Pandemia do Coronavírus (Covid 19) e a 15ª Edição do Festival de Turismo das Cataratas

A 15ª Edição do Festival de Turismo das Cataratas aconteceu de forma diluída ao longo do ano de 2020, por meio de eventos *online* – o Hackatour Cataratas aconteceu em agosto, o Fórum Internacional de Turismo do Iguassu e a Rodada de Negócios do MICE Cataratas aconteceram em setembro.

A Edição de 2020 do Festival de Turismo das Cataratas foi encerrada com a Feira de Turismo, de forma presencial, em Foz do Iguaçu (PR), na qual reuniu 3.578 participantes. O evento foi considerado por diferentes meios de comunicação como “um *case* de sucesso em relação aos rigorosos protocolos sanitários adotados” (Lima, 2021). Na ocasião do evento presencial, foi respeitado o distanciamento necessário, houve a aferição de temperatura na entrada do ambiente, disponibilização de 20 *totens* para higienização das mãos com álcool gel e a utilização de inovações para evitar aglomerações.



Foto 1

Recepção do Festival de Turismo das Cataratas



Fonte: Diário do Turismo (2021).

Foto 2

Aferição da Temperatura na Entrada do Evento



Fonte: Festival de Turismo das Cataratas (2021b).



De acordo com o idealizador e coordenador do Festival das Cataratas, Paulo Angeli, durante a 15ª edição: “Estamos seguindo todos os protocolos sanitários, que foram definidos em reuniões com profissionais da saúde e do trade turístico já no mês de março. Os protocolos de Foz do Iguaçu estão sendo copiados pelo Brasil inteiro” (Festival de Turismo das Cataratas, 2021b).

Foi possível constatar que a tecnologia foi utilizada para dar suporte à limpeza. Utilizaram-se robôs para a desinfecção dos ambientes físicos, empregando radiação ultravioleta do tipo C (UVC). “A inovação é resultado de um projeto executado em parceria pela Itaipu Binacional, Parque Tecnológico Itaipu (PTI-BR) e Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), com apoio da Receita Federal” (Diário do Turismo, 2021; Regis, 2021; Festival de Turismo das Cataratas, 2020b).

A partir de uso de aparatos virtuais, os participantes e expositores puderam compartilhar materiais de divulgação por vias digitais, uma vez que foi disponibilizado pelo Festival uma ferramenta digital: “os participantes tinham acesso aos materiais por meio de um QR CODE impresso no verso da credencial de cada expositor” (Diário do Turismo, 2021; Regis, 2021; Festival de Turismo das Cataratas, 2021b).

Com relação à antecipação da 15ª Edição do evento, encontra-se no *site* da Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo (Abrajjet, 2021) o posicionamento do idealizador e coordenador do Festival das Cataratas, Paulo Angeli: “Preferimos nos antecipar pela responsabilidade que o momento exige, mas estamos otimistas quanto ao futuro do turismo e confiantes que as instituições e o povo brasileiro farão o seu papel para que logo tudo esteja normalizado”.

A fala do idealizador e coordenador do Festival das Cataratas aponta para um perfil organizacional que possui comportamento estratégico induzido (Silva, 2019), ou seja, busca identificar oportunidades e antecipar-se em relação às mesmas, diferenciando-se diante de outros eventos nacionais.

Em outro momento, durante uma *live* sobre a retomada do turismo transmitida na tarde do dia primeiro de junho de 2020, Paulo Angeli afirmou: “O evento vai ter que ser inovador pelo momento em que estamos vivendo, e terá a responsabilidade de reabrir, com segurança, a temporada de grandes eventos do turismo” (Festival de Turismo das Cataratas, 2020a). É possível ressaltar na fala em questão, o aspecto da proatividade presente no empreendedorismo corporativo a partir de Antoncic e Hisrich (2003).

É importante destacar que a Prefeitura de Foz do Iguaçu estabeleceu um processo de retomada progressiva da realização de eventos com o decreto municipal nº 28337, o qual entrou em vigor em agosto de 2020, permitindo inicialmente eventos com no máximo 50 pessoas, aumentando, em setembro, para 150 e, em outubro a permissão de até 30% da capacidade do local. (Festival de Turismo das Cataratas, 2021).

Resultante da 15ª Edição do evento, como forma de continuar na travessia da crise ocasionada pela Pandemia do Coronavírus (Covid 19), foi criado o evento *online Meet Up* Festival das Cataratas. Para a Diretora administrativa do evento, Mayara Angeli: “É a



maneira que encontramos de nos mantermos conectados com os nossos participantes, e nos ‘aquecermos’ para o nosso encontro presencial em dezembro [de 2021]” (Lima, 2021).

Além disso, realizou-se em junho de 2020, o *Conexão Cataratas Online*, que tratou de um evento virtual transmitido no canal do *Youtube* do Festival das Cataratas. O mesmo integrou a programação prévia da Feira de Turismo e Negócios, a ser realizada no início de dezembro do mesmo ano (Festival de Turismo das Cataratas, 2021).

Esses eventos que suscitaram no período de travessia da pandemia apontam para a diversificação estratégica, a capacidade de autorrenovação que geram novidades no campo dos eventos. Tratam-se, ainda, de uma predisposição para a mudança que pode levar a um processo de aprendizagem organizacional (Antoncic & Hisrich, 2003).

Ações de Empreendedorismo Corporativo na 15ª Edição do Festival de Turismo das Cataratas

Dentre as ações de inovação já apresentadas ao logo deste capítulo, as quais apontam para o empreendedorismo corporativo na organização de um evento, outras ações são expostas nesta seção.

Partindo do grande intuito de evitar aglomerações, os participantes do 15º Festival das Cataratas foram monitorados por cinco câmeras com a tecnologia IoT (*Internet das Coisas*) a todo tempo durante o evento. As câmeras foram distribuídas por toda a Feira de Turismo e Negócios, que se realizou no Rafain Palace Hotel & *Convention*.

Os equipamentos fazem parte da tecnologia adotada pela organização do Festival, o *+Analítico Eventos*, *software* desenvolvido pelas empresas *Primer Analytcs e Prime Shopper*, que permite realizar uma contagem inteligente de pessoas para eventos com a utilização de câmeras e conceitos de Inteligência Artificial. No caso do Festival, além de contabilizar o número de participantes, a ferramenta também permite detectar a taxa de atratividade de cada estande e gera mapas de calor em que é possível visualizar os espaços percorridos durante o evento, assim como horários de pico, sexo e idade média do público “Acreditamos que *essa* tecnologia será fundamental para trazeremos mais segurança e informação, apresentando dados de comportamento do usuário, que são fundamentais para a tomada de decisão dos gestores”, destaca o diretor de Negócios da *Prime Shopper*, Leonel Rodrigues. (Festival de Turismo das Cataratas, 2020d).



Foto 3

Demonstração da Tecnologia IoT Apresentando os Fluxos



Fonte: Festival das Cataratas (2020d)

Foto 4

Demonstração da Tecnologia IoT Apresentando Imagens do Evento



Fonte: Festival das Cataratas (2020d)



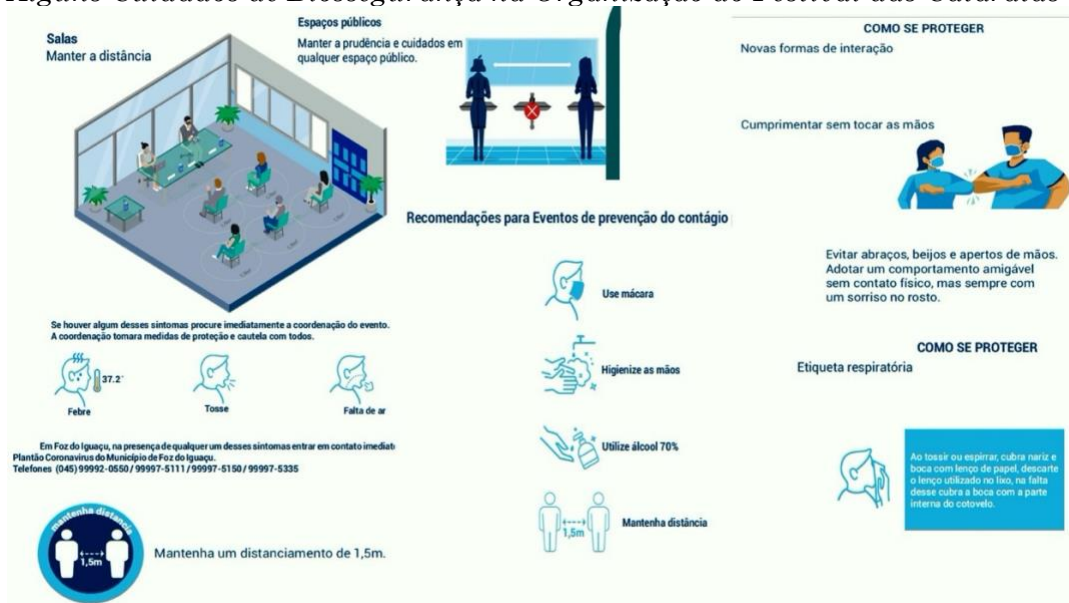
De acordo com informações constantes na página do Festival de Turismo das Cataratas (2020d), o idealizador e organizador do Festival das Cataratas, Paulo Angeli, ressaltou que “com essa nova tecnologia de controle de acesso e densidade, temos como saber se em determinado local do evento existe excesso de pessoas para a nossa equipe sugerir a dispersão”. Outra ação empreendida pela organização do Festival das Cataratas trata da criação do Manual de Boas Práticas - Prevenção da COVID 19 disponibilizada na página do evento.

O objetivo desse manual é nortear atitudes sobre a prevenção contra a Covid 19. Esse documento é orientado pelo Manual de Conduta Segura para Eventos contra a Covid 19, elaborado pelas seguintes entidades: Abeoc Brasil Paraná, Fecomércio Paraná, Sebrae, e além dessas instituições segue as normativas do Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária ANVISA e Decreto municipal número 28.114, de 8 de maio de 2020. (Manual de Boas Práticas - Prevenção da Covid 19, 2021, p. 2).

No manual, é apresentado o Covid-19, causas e consequências da doença. Na sequência, o turismo de eventos é conceituado, seguido pela apresentação da De Angeli Eventos e Empreendimentos, como a empresa idealizadora e organizadora do Festival das Cataratas. Dentre os demais tópicos constantes no Manual, estão os cuidados com o *layout* da feira de turismo e negócios, nas diferentes áreas, instruções a respeito de higienização pessoal, distanciamento social, uso de máscaras e recomendações, conforme ilustrado na Figura 3.

Figura 3

Alguns Cuidados de Biossegurança na Organização do Festival das Cataratas



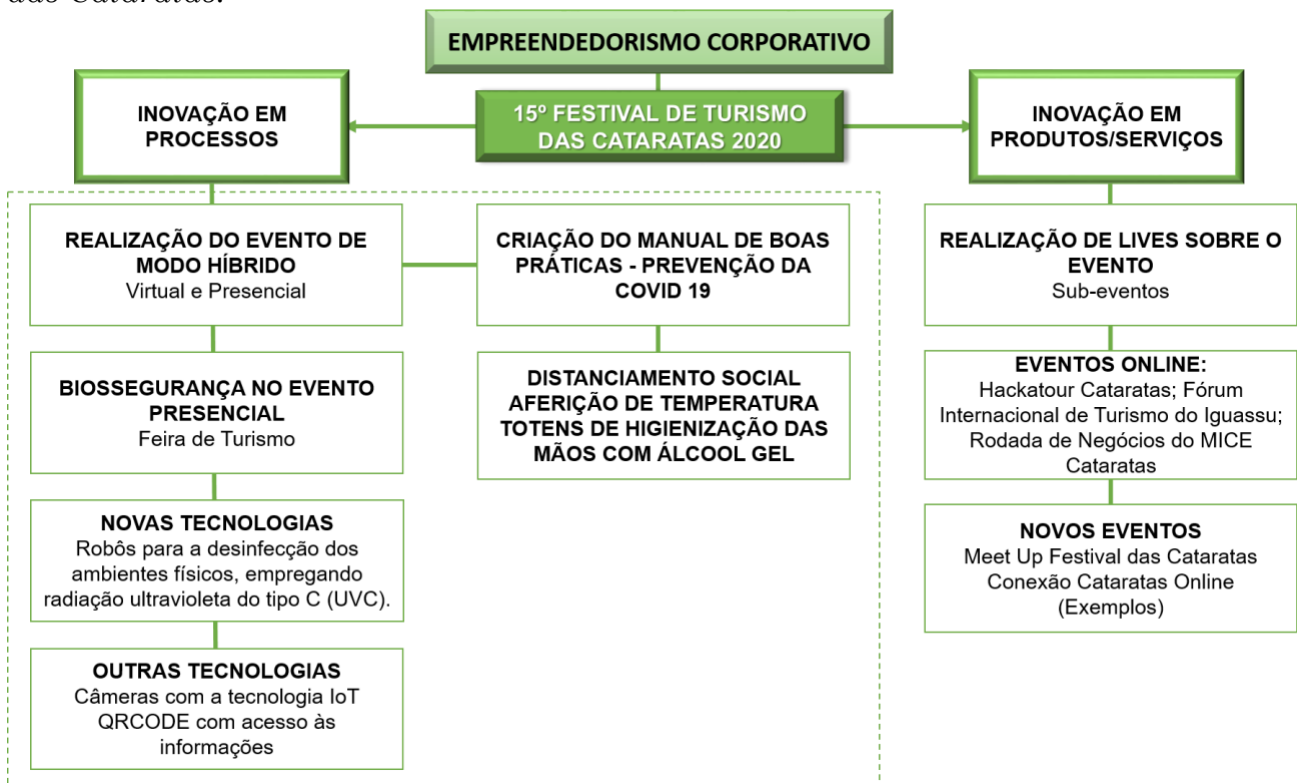
Fonte: Adaptado de Manual de Boas Práticas - Prevenção da COVID 19 (2021).



Como forma de concluir o capítulo e oferecer uma melhor apreciação dos resultados apresentados, são apresentadas na Figura 4, ações de empreendedorismo corporativo na 15ª edição do Festival de Turismo das Cataratas.

Figura 4

Ações de Empreendedorismo Corporativo a partir da 15ª Edição do Festival de Turismo das Cataratas.



Fonte: Autora (2021)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em cumprimento ao objetivo, foram apresentadas neste artigo, as ações relativas ao empreendedorismo corporativo por parte da organização do Festival de Turismo das Cataratas, motivado pela pandemia do Coronavírus (Covid-19). Foram mostradas as ações realizadas pela organização de um evento para lidar com a crise mundial; as ideias transformadas em inovações que possibilitaram que o evento fosse considerado um *case* de sucesso (Regis; 2021) e recebesse o selo Sesi ODS do ano pelo reconhecimento do seu empreendedorismo corporativo.



Considerando que o reconhecimento midiático das organizações que incentivam o empreendedorismo corporativo foi um fator considerado na literatura sobre o tema que gera estímulo do comportamento empreendedor, este artigo, enquanto reconhecimento científico que corrobora com o que foi noticiado pela mídia, pode oferecer implicações práticas nesse sentido. Assim, acredita-se que a melhor compreensão deste tema pode estimular o empreendedorismo corporativo e contribuir para a melhoria do desempenho organizacional de qualquer segmento, a exemplo do setor de eventos tratado no artigo.

Vale ressaltar que a presente pesquisa contou com limitações, as quais podem ser consideradas caminhos para estudos futuros, como a falta de acesso aos organizadores do evento. Estudar o empreendedorismo corporativo a partir da perspectiva dos idealizadores e organizadores do evento pode apontar fatores intrínsecos à organização que não são acessíveis a partir da perspectiva externa, a exemplos de como se dá divisão do trabalho e a geração de ideias, bem como compreender como os novos projetos são desenvolvidos ad hoc.

Por fim, sugere-se que sejam realizadas pesquisas futuras sobre as relações entre empreendedorismo corporativo e aprendizagem organizacional em organizações turísticas.

REFERÊNCIAS

- Abrajat - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo (2021). *Festival das Cataratas é adiado para setembro*. Recuperado em 2 de set. de 2021 em: <<https://abrajatnacional.com.br/festival-das-cataratas-e-adiado-para-setembro/>>.
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross cultural validation. *Journal of Business Venturing*, EUA, v. 16, p. 495-527.
- Diário do Turismo (2021). *Festival das Cataratas é adiado para 1, 2 e 3 de dezembro*. Recuperado em 2 de set. de 2021 em: <<https://diariodoturismo.com.br/festival-das-cataratas-e-adiado-para-1-2-e-3-de-dezembro/>>.
- Dias, J., & Martins, L. M. (2011). *Turismo de eventos e o potencial dos eventos técnicos científicos*. Anais VII ENPPEX, Campo Mourão (PR).
- Dornelas, J. C. A. (2003). *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Festival de Turismo das Cataratas (2020a). *Festival das Cataratas terá atenção redobrada com responsabilidade sanitária*. Publicada em 01/06/2020. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/festival-das-cataratas-tera-atencao-redobrada-com-responsabilidade-sanitaria/>>.
- Festival de Turismo das Cataratas (2020b). *Festival das Cataratas terá feira presencial em dezembro*. Publicada em 30/09/2020. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/festival-das-cataratas-tera-feira-presencial-em-dezembro/>>.



- Festival de Turismo das Cataratas (2020c). *Festival das Cataratas recebe selo Sesi ODS 2020*. Publicada em 04/12/2020. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/festival-das-cataratas-recebe-selo-sesi-ods-2020/>>.
- Festival de Turismo das Cataratas (2020d). *Festival das Cataratas adota tecnologia para evitar aglomeração de pessoas*. Publicada em 04/12/2020. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/festival-das-cataratas-adota-tecnologia-para-evitar-aglomeracao-de-pessoas/>>.
- Festival de Turismo das Cataratas. (2021a). *Apresentação*. Recuperado em 24 de set. 2021 em <<https://festivaldascataratas.com/contato/>>.
- Festival de Turismo das Cataratas (2021b). *De forma responsável, 15º Festival das Cataratas celebra retomada do turismo*. Publicada em 03/12/2020. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/de-forma-responsavel-15o-festival-das-cataratas-celebra-retomada-do-turismo/>>.
- Festival de Turismo das Cataratas (2021c). *Festival das Cataratas terá ferramenta virtual para o compartilhamento de materiais de divulgação*. Publicada em 20/11/2020. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/festival-das-cataratas-tera-ferramenta-virtual-para-o-compartilhamento-de-materiais-de-divulgacao/>>.
- Festival de Turismo das Cataratas (2021d). *Festival das Cataratas organiza ação on-line em preparação para o evento de dezembro*. Publicada em 01/06/2021. Recuperado em 22 de set. de 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/festival-das-cataratas-organiza-acao-on-line-em-preparacao-para-o-evento-de-dezembro/>>.
- Hashimoto, M. (2006). *Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo*. São Paulo: Saraiva.
- Lago, E. C. W., Jacometti, M., Nascimento, T. C., Bonfim, L. R. C., & Oliveira, L. C. (2018). Estratégias de Empreendedorismo Institucional Numa Rede de Empresas de Turismo. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, Florianópolis, v.11, n. 3, set./dez.
- Lima, F. (2021). 16º Festival das Cataratas é adiado para dezembro; entenda. *Brasil Turismo Jornal*. 24 de março de 2021. Recuperado em 11 de ago. de 2021 em: <<https://brasilturis.com.br/16o-festival-das-cataratas-e-adiado-para-dezembro-entenda/>>.
- Longaray, L., & Pereira, G. S. (2016). *Sustentabilidade Ambiental, Estádios de Futebol e Copa do Mundo no Fórum Internacional de Turismo do Iguassu*. In: X Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 15 a 17 de junho de 2016. Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil.
- Manual de Boas Práticas - Prevenção da Covid 19/Festival De Turismo Das Cataratas. (2021). Recuperado em 24 de set. 2021 em: <<https://festivaldascataratas.com/contato/>>.



- Manual de Oslo (2005). *Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação*. 3ª edição. OECD.
- Miguez, V. B., & Lezana, A. G. R. (2018). *Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo*. ISSN 2237-4558/Navus/ Florianópolis / SC / v.8 / n.2 / p. 112-132 / abr./jun.
- Ministério do Turismo. (2006). *Segmentação do turismo: marcos conceituais*. Brasília: MTur.
- Pinchot III, G., & Pellman, R. (2004). *Intra-empendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Pinchot III, G. (1989). *Intrapreneuring: Por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor*. São Paulo: Harbra.
- Regis, I. (2021). *Festival das Cataratas é adiado para dezembro*. Mercado & Eventos. 23 de março de 2021. Recuperado em 12 de ago. de 2021 em: <https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/festival-das-cataratas-e-adiado-para-dezembro/> Acessado em
- Rêgo, G. C. B., Barros, A. G. A. L., & Lanzarini, R. (2021). Turismo de Eventos e Covid - 19: Aportes Dos Protocolos De Segurança e Estratégias para a Retomada do Setor. *Ateliê do Turismo*. Campo Grande / MS, v. 5, n.1, p. 89-118, jan–jun.
- Rodrigues, L. C., Maccari, E. A., & Pereira, A. (2009). Estratégias de Estímulo ao Empreendedorismo Corporativo. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, vol. 8, núm. 2, julio-diciembre, pp. 183-205. Universidade Nove de Julho, São Paulo, Brasil.
- Schumpeter, J. A. (1997). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. Tradução: Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural.
- Silva, M. V. G. (2019). Inovação e Intraempreendedorismo: Abordagens, Dimensões e Delimitações no Nível Organizacional à Luz da Literatura Internacional. *Revista Capital Científico - Eletrônica*, v. 17, n. 1, p. 109-123.
- Stake, R. (2016). *Pesquisa qualitativa: Estudando como as coisas funcionam*. Porto Alegre: Penso.
- Tidd J., Bessant J., & Pavitt K. (1997). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons: Chichester.
- Vérin, H. (1982). *Entrepreneurs, entreprises, histoire d'une idée*. Paris: Presses.



INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

*1 Doutora e Mestre em Administração, Bacharela em Hotelaria, Professora na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: ericaccx@gmail.com

REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**

ⁱ Pesquisa inicialmente apresentada no 15^o FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU – (2021)

ⁱⁱ 43 artigos científicos apareceram a partir da chave de busca por serem editoriais de revista que mencionavam o festival ou por estarem contidos nos anais do Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, sem possuir qualquer referência ao Festival de Turismo das Cataratas em seu conteúdo.