



ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR TURÍSTICO E UNIVERSIDADES: UMA ANÁLISE DOS CURSOS DE TURISMO E HOTELARIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃOⁱ

TOURISM BUSINESS ECOSYSTEM AND UNIVERSITIES: AN ANALYSIS OF TOURISM AND HOSPITALITY COURSES AT THE FEDERAL UNIVERSITY OF MARANHÃO

Angela Roberta Lucas Leite – UFPR^{*1}
Samuel dos Santos Comprido – UFPR^{*2}
Bruno Martins Augusto Gomes – UFPR^{*3}
Fernando Antonio Prado Gimenez – UFPR^{*4}

Palavras-Chave	Resumo
<p>Ecosistemas Empreendedores. Turismo. Hotelaria. Universidade.</p> <div data-bbox="167 1433 406 1691" 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/</p></div>	<p>O presente trabalho objetiva compreender como os cursos de turismo e hotelaria, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) podem incentivar o fortalecimento do ecossistema empreendedor de São Luís a partir de suas disciplinas e dos grupos de pesquisa. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, exploratória documental, baseada no modelo GEM (<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>), que realça a importância da educação, capacitação, pesquisa e desenvolvimento na formação, criação e gestão de pequenos negócios e fortalecimento da economia. De fato, o planejamento didático, político- institucional e estratégico, os grupos de pesquisa e a infraestrutura aproximam os alunos dos cursos de Turismo e Hotelaria à realidade do mercado, e, no caso de EE de São Luís. Conclui-se, portanto, a existência de um agente fomentador do EE turístico, com diversas práticas para o desenvolvimento da atividade turística local, mas que ainda precisam ser fortalecidas pelo tripé academia-governo-mercado.</p>



Keywords	Abstract
<p><i>Entrepreneurial Ecosystems. Tourism. Hospitality. University.</i></p> <div data-bbox="165 719 413 1066" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>Submetido em: 04/02/2022</p><p>Aprovado em: 24/06/2022</p><p>Publicado em: 27/07/2022</p><p>Editor: Izac Bonfim</p></div>	<p><i>The present work aims to understand how tourism and hospitality courses of Universidade Federal do Maranhão - Federal University of Maranhão (UFMA) can encourage the strengthening of the entrepreneurial ecosystem of São Luís through its disciplines and research groups. It is a qualitative, exploratory documentary research, based on the GEM (Global Entrepreneurship Monitor) model, which highlights the importance of education, training, research and development in the formation, creation and management of small businesses and strengthening the economy. In fact, the didactic, political-institutional and strategic planning, the research groups and the infrastructure bring the students of Tourism and Hospitality courses closer to the market reality, and, in the case of EE in São Luís. The existence of an agent that promotes the tourism EE, with several practices for the development of the local tourist activity, but which still need to be strengthened by the tripod academy-government-market.</i></p>

<p>Como Citar: Leite, A. R. L.; Comprido, S. S.; Gomes, B. M. A.; Gimenez, F. A. P. (2022). Ecosistema empreendedor turístico e universidades: uma análise dos cursos de turismo e hotelaria da Universidade Federal do Maranhão. <i>Ateliê do Turismo</i>. Campo Grande – MS, (6)2, 106-129, jul-dez.</p>



INTRODUÇÃO

As universidades têm se tornado atores ativos nos ambientes de inovação, agregando valor ao desenvolvimento econômico e social de uma localidade, gerando novos conhecimentos e aprimorando a atividade empreendedora. O empreendedorismo, por sua vez, tem aproximado academia, governo, comunidade e mercado a partir de pesquisas e desenvolvimento (P&D). Ele pode ser considerado, conforme destaca Fialho (2019), uma fonte que oportuniza o aprimoramento das pessoas e das instituições que praticam tal atividade e que impactam diretamente no desenvolvimento econômico e social da comunidade. Na visão de Bugio (2019, p. 11):

O empreendedorismo tem sido entendido como um motor de alavancagem das economias, assente na inovação e na competitividade que são, muitas vezes, inerentes a novas iniciativas empresariais. Contudo, diversos autores têm vindo a indicar que o empreendedorismo não surge apenas por força de determinados traços de personalidade dos indivíduos, mas por força das circunstâncias e do ambiente que os rodeiam. Assim, o empreendedorismo não deve ser analisado unicamente com base nos comportamentos intrínsecos aos indivíduos categorizados como empreendedores.

Nesse sentido, as universidades são capazes de potencializar o empreendedorismo à medida que envolvem a comunidade acadêmica em ações e projetos de pesquisa, ensino e extensão e aproximam as relações entre mercado, estado, comunidade e universidade. As redes de relações, de contatos (*networks*) que são construídas a partir da interação desses sujeitos, podem ser facilitadoras de um sistema dinâmico de negócios focado no crescimento econômico, o que caracteriza o ecossistema empreendedor.

Um ecossistema empreendedor consiste de todos os atores e fatores interdependentes que possibilitam ou restringem o empreendedorismo em um determinado território (Stam & Van de Ven, 2019). No entanto, para que o empreendedorismo aconteça é primordial que o seu ecossistema esteja ativo, ou seja, que haja uma rede de elementos em prol dos empreendedores de forma a estimular e gerar confiança nas pessoas que precisam exercer seu comportamento empreendedor.

Neste direcionamento, o papel das universidades vai ao encontro do desenvolvimento desses estímulos a partir do ensino, pesquisa e extensão, buscando não só a qualificação e formação dos profissionais, como também, o desenvolvimento econômico e social de seu lócus de atuação por meio da geração e disseminação do conhecimento (Fialho, 2019). Contudo, em se tratando do setor turístico, para que haja o desenvolvimento da atividade



[...] são necessárias ações empreendedoras que diversifiquem a base de serviços ofertados, amplifiquem o efeito multiplicador dos gastos dos visitantes e contribuam para um maior protagonismo da comunidade enquanto agente ativa dos novos processos produtivos que a atividade desencadeia (Silva, Fonseca & Spinola, 2017, p. 26).

Os processos de transferência de tecnologia a partir de descobertas teóricas originárias de pesquisas em universidades têm sido desenvolvidos a partir de propostas como a Estratégia Nacional de Inovação em Turismo 2021-2024, desenvolvida pelo Ministério de Turismo (Brasil, 2020), que tem como uma das diretrizes o incentivo à inovação. Seu objetivo é “promover uma inovação turística bem-sucedida e um ecossistema empreendedor que requer conectar todas as partes interessadas a oportunidades de colaboração e priorizar a capacitação em turismo e tecnologia” (Brasil, 2020, p. 5).

A Universidade Federal do Maranhão (UFMA), entidade que abriga os cursos de Turismo e Hotelaria em São Luís, detém entre 60% a 70% do percentual dos indicadores de ciência e tecnologia produzidos no estado maranhense, ocupando nacionalmente a 26ª colocação e entre as 1500 melhores universidades do mundo em 2020 no *Times Higher Education (THE)*, um dos principais *rankings* universitários do mundo. Além disso, em última publicação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial-INPI (ano 2019), a UFMA ocupou a vigésima colocação no *Ranking* dos cinquenta maiores Depositantes Residentes de Patentes de Invenção (PI), e no 13º lugar no *Ranking* dos Depositantes Residentes de Programas de Computadorⁱⁱ.

Evidencia-se que as universidades brasileiras têm deixado de ter seu “papel social secundário, ainda que importante, de prover ensino superior e pesquisa, e estão assumindo um papel primordial equivalente ao da indústria e do governo, como geradora de novas indústrias e empresas” (Etzkowitz & Zhou, 2017, p. 23). Contudo, de acordo com Aranha (2013), essa discussão ainda fica restrita ao oferecimento de disciplinas de empreendedorismo nos cursos na graduação e pós-graduação e não abrange a institucionalização dessa cultura empreendedora pelo tripé universitário: Ensino, Pesquisa e Extensão.

Assim, ao partir do pressuposto de que as universidades tem o papel de fomentar o ecossistema empreendedor por meio da produção e disseminação de conhecimento científico e transformá-lo em inovação tecnológica para o mercado, entende-se a necessidade de investigar o papel da UFMA no fomento de um ecossistema empreendedor turístico local. Nesse sentido, busca-se responder os seguintes questionamentos: como UFMA, a partir dos cursos de graduação de turismo e hotelaria, tem incentivado o empreendedorismo e a inovação no turismo? O que professores e discentes dos cursos de graduação de turismo e hotelaria têm discutido em suas disciplinas e nos grupos de pesquisa que se relacionam com o empreendedorismo e inovação?



Levando-se em consideração que o lócus da pesquisa está na cidade de São Luís - MA, objetiva-se compreender como os cursos de turismo e hotelaria, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) tem incentivado o fortalecimento do ecossistema empreendedor de São Luís a partir de suas disciplinas e dos grupos de pesquisa. Para alcançar tal objetivo, propõe-se levantar as disciplinas e os grupos de pesquisa que se relacionam com o empreendedorismo e inovação e verificar os incentivos para o empreendedorismo e inovação a partir da pesquisa científica e das disciplinas dos cursos de turismo e hotelaria.

Organizado em cinco seções, o estudo recorre, primeiramente, à introdução, seguida de uma revisão de literatura para o enquadramento teórico do tema no que concerne aos ecossistemas empreendedores, turismo e universidade. Posteriormente, apresenta-se a metodologia, os resultados e discussão e as considerações finais.

ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR (EE) TURÍSTICO E UNIVERSIDADES: UMA RELAÇÃO POSSÍVEL?

O conceito de ecossistema empreendedor (EE), segundo Stam e Van de Ven (2019), ainda não conta com uma definição amplamente compartilhada. A emergência do conceito nos estudos do empreendedorismo é atribuída à Boyd Cohen (2006), que o define como um grupo interconectado de atores de uma comunidade local comprometida com o desenvolvimento sustentável por meio da criação, desenvolvimento e manutenção de novos empreendimentos, para crescimento econômico dessa região.

A definição de EE emerge da analogia com a ciência biológica, para caracterizar os diversos organismos presentes, que evoluem ao longo do tempo. Da mesma forma, em um ecossistema empreendedor, as empresas interagem, cooperam e competem para gerar um ambiente propício para o desenvolvimento e prosperidade econômica, com base na criatividade e inovação (Cohen, 2006). Stam e Van de Ven (2019) corroboram a definição de Cohen (2006, p. 811) ao mencionarem que “a recognizable community emerges only when the population in a region develops an identifiable cohesion that derives from the mutualistic interdependence among symbiotically related actors with complementary differencesⁱⁱⁱ”. Mason e Brown (2014, p. 1) definem o termo como:

a set of interconnected entrepreneurial actors (both potential and existing), entrepreneurial organisations (e.g. firms, venture capitalists, business angels, banks), institutions (universities, public sector agencies, financial bodies) and entrepreneurial processes (e.g. the business birth rate, numbers of high growth firms, levels of ‘blockbuster entrepreneurship’, number of serial entrepreneurs, degree of sell-out mentality within firms and levels of entrepreneurial ambition) which formally and informally coalesce to connect, mediate and govern the performance within the local entrepreneurial environment^{iv}.



Nesse sentido, entende-se que as organizações devem ser enxergadas como organismos que compõem um ecossistema de negócios e que sofrem influências do meio que estão inseridas. Essas influências podem acontecer de forma positiva à medida que diferentes áreas trabalharem em conjunto e que são denominadas por Isenberg (2011) como os seis domínios do empreendedorismo, conforme representado na figura 1.

Figura 1

Domínios do Ecossistema Empreendedor



Fonte: Adaptado, Isenberg (2011)

Conforme observado, tais domínios são complementares quando se referem ao desenvolvimento da atividade empreendedora, mesmo que em intensidade e profundidade diferentes. Fialho (2019, p. 41) menciona que “todos os domínios devem



ser desenvolvidos a fim de que o ecossistema se fortaleça, e, por conseguinte, haja o incremento no ambiente em que o ecossistema está organizado”.

É importante frisar a importância de se conhecer o papel de cada domínio para compreender o funcionamento do ecossistema empreendedor. Contudo, como o foco da pesquisa se volta às instituições de ensino, o domínio relativamente priorizado é o de recursos humanos, haja vista que tem como base a qualificação da mão de obra dos profissionais por meio da educação empreendedora. As universidades, segundo Cohen (2006) desempenham um papel relevante de formar futuros líderes em suas comunidades de forma que os eduquem criticamente a entender que o ambiente e os negócios são indissociáveis e não diametralmente contrários. Além disso, o autor ainda enfatiza que algumas das soluções tecnológicas desenvolvidas em um contexto universitário podem ter impactos na sustentabilidade, desde que possuam uma organização dedicada à comercialização de inovações universitárias (Cohen, 2006).

As universidades podem se tornar a base para o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor, como o exemplo emblemático do Vale do Silício. Autores como Etzkowitz e Zhou (2017), Stam e Van de Ven (2019) afirmam que um elemento importante para o surgimento do ecossistema no Vale do Silício foi a presença da universidade de Stanford nas proximidades do local, bem como a participação do empreendedor institucional que nela atuava, o Professor Lewis Terman. Percebe-se, portanto, que um dos requisitos para um ecossistema empreendedor de sucesso é a participação das universidades na produção e disseminação de conhecimento, por meio de iniciativas de ensino, pesquisa e promoção da atividade empreendedora.

Atrela-se, também, o segredo de sustentabilidade no Vale do Silício do modelo tríplice hélice, ou seja, da interação entre governo-mercado-universidade (Etzkowitz & Zhou, 2017). “A Hélice Tríplice provê uma metodologia para examinar pontos fortes e fracos locais e preencher lacunas nas relações entre universidades, indústrias e governos, com vistas a desenvolver uma estratégia de inovação bem-sucedida” (Etzkowitz & Zhou, 2017, p. 23).

Nesse processo de interação, novas organizações surgem conforme a demanda, fortalecendo, assim, o ecossistema empreendedor. Graham (2013) identificou em seus estudos, fatores de sucesso existentes mais relevantes em ecossistemas universitários de empreendedorismo, a saber: cultura de empreendedorismo e inovação institucionalizada; lideranças fortes que promovam o empreendedorismo; capacidade de pesquisa pela universidade; qualidade de vida na região; suporte das políticas públicas; estratégias institucionais eficazes e mentalidade empreendedora dos estudantes.

Entende-se, portanto, que esses fatores possuem conexões entre si e formam uma base na qual uma universidade necessita focar se desejar desenvolver o empreendedorismo.



METODOLOGIA

A problemática que direcionou esta pesquisa consistiu em compreender como a Universidade Federal do Maranhão tem incentivado o empreendedorismo e a inovação para o turismo em São Luís, a partir dos cursos de graduação de Turismo e Hotelaria. Trata-se de uma abordagem qualitativa exploratória, baseada no modelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) de diagnóstico das condições que facilitam ou dificultam as atividades empreendedoras em nível nacional, regional ou local (Ács, Autio & Szerb, 2014; Szerb et al., 2019).

Nesse modelo, oito elementos são elencados como fatores que impactam o desempenho de EE, quais sejam: apoio financeiro, políticas governamentais, programas governamentais, educação e capacitação, pesquisa e desenvolvimento, acesso ao mercado, acesso à infraestrutura física e normas culturais e sociais (GEM, 2019). Assim, tais indicadores fornecem dados e informações sobre a economia local, regional e nacional “[...] envolvendo atividades econômicas e empregos não registrados e não registrados, o que pode ser uma parte significativa da economia nacional além do alcance das estatísticas oficiais, especialmente nos países em desenvolvimento” (GEM, 2021, p. 21, tradução nossa). No caso desta pesquisa, o foco se deu em relação aos fatores educação e capacitação, pesquisa e desenvolvimento, conforme explicitado no quadro 1:

Quadro 1

Fatores Favoráveis ou Limitantes à Atividade Empreendedora

Fatores	Descrição
Educação e capacitação	Assuntos que tratam da incorporação de temas sobre criar ou gerenciar novos negócios no sistema educacional do país, bem como temas relacionados: “à qualidade, relevância e profundidade da educação voltada à criação ou ao gerenciamento de novos negócios; a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e criatividade; a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo; e a experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores (GEM, 2019, p. 131).
Pesquisa e desenvolvimento	Os temas estão relacionados a disponibilidade e oportunidades geradas para novas empresas, implicações jurídicas e legislação de patentes, a disponibilidade e a qualidade da infraestrutura de apoio para empreendimentos e aproximação entre pesquisadores e indústria. Além disso, temas pertinentes como “o nível de inovação dos países; a orientação nacional relativa à pesquisa e ao desenvolvimento; o reconhecimento e a promoção — pelo governo,



	indústrias e instituições educacionais — da importância da pesquisa aplicada”, incrementam o fator pesquisa e desenvolvimento (GEM, 2019, p. 131).
--	--

Fonte: GEM (2019)

Compreende-se que o primeiro passo para estimular a inovação, o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico é criar instituições de formação, com estrutura física e autonomia financeira para cobrir seus projetos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e de acesso livre a todos.

Desse modo, iniciou-se o levantamento bibliográfico e documental, como forma de definir e delimitar o objeto de estudo, a partir das categorias: Ecossistemas Empreendedores; Universidade; Turismo. No levantamento documental, buscou-se informações nos Projetos Políticos Pedagógicos (PPPs) dos cursos de turismo e hotelaria, bem como os projetos e ações no âmbito da pesquisa, ensino e extensão que são produzidos pelos docentes dos cursos, sejam eles ligados à instituição ou não. De acordo com Gil (2007), tal pesquisa se constitui de materiais que não receberam ainda, nenhum tratamento analítico, como documentos arquivados em órgãos públicos, organizações privadas, documentos como relatórios de pesquisa, tabelas estatísticas, relatórios de empresas etc. Esse tipo de coleta é fonte de dados rica, estável, de baixo custo e não exige contato com os sujeitos da pesquisa.

Para o tratamento da informação, recorreu-se à análise de conteúdo, no intuito de “efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração” (Bardin, 2011, p. 45). Algumas etapas de trabalho foram seguidas, como: preparação das informações por meio da anotação dos dados coletados na análise do material secundário com tomada de decisão sobre quais deles efetivamente correspondiam aos objetivos da pesquisa; categorização dos dados coletados para compreender como os cursos de Turismo e Hotelaria (UFMA) tem incentivado o fortalecimento do ecossistema empreendedor de São Luís, de acordo com o referencial teórico utilizado neste estudo, permitindo assim, a organização dos dados em categorias de análise a partir das dimensões empreendedorismo, inovação e tecnologia, a saber: disciplinas de empreendedorismo e inovação; projetos em empreendedorismo e inovação; infraestrutura para o empreendedorismo e inovação.

RESULTADOS

Estudos sobre a existência de ecossistemas empreendedores no Brasil têm demonstrado fragilidades e deficiências em relação aos “mercados acessíveis, fontes de financiamento, educação e treinamento, grandes universidades como catalisadoras e apoio cultural” (Silva et al., 2021, p. 162). Quando se recorta para a atividade turística, observa-se que o Ministério do Turismo (MTUR) propôs, em 2020, a “Estratégia Nacional de Inovação em Turismo para o período 2021-2024, realizando o



desdobramento dos aspectos relacionados com a inovação das políticas públicas brasileiras de Turismo” (Brasil, 2020, p. 05), alinhada também às políticas de Ciência, Tecnologia e Inovação, do Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC). A intenção foi criar a longo prazo um planejamento estratégico de aceleração e crescimento da competitividade, envolvendo ações e interações entre governo, academia, sociedade civil e iniciativa privada na área de Inovação e Turismo (Brasil, 2020).

Nesse sentido, entende-se que a academia tem como papel fundamental criar “estruturas e modelos de inovação sustentável no turismo, destinos inteligentes, contribuir com conhecimento para governo, *startups*, [micro, pequenas e médias empresas -] MPMEs e parceiros comerciais de apoio” (Brasil, 2020, p.14). As universidades constituem-se como espaços de geração e troca de conhecimento, bem como de formação e inserção de profissionais no mercado de trabalho, sendo assim um agente de fundamental importância no fortalecimento de Ecossistemas Empreendedores, à medida que transferem conhecimento e oferta capital humano as áreas do seu entorno (Etzkowitz & Zhou, 2017). A esse respeito, Almeida (2015, p.6) menciona que:

[...] as universidades podem alimentar o ecossistema com recursos humanos qualificados, conhecimento tecnológico especializado e ideias inovadoras resultante da investigação acadêmica. E estes são ingredientes imprescindíveis para produção de empreendedorismo de oportunidade com forte ligação à inovação e ao crescimento econômico.

A instituição pública desta pesquisa agrega dois cursos com mais de 30 anos voltados para a área da atividade turística local: Turismo e Hotelaria. Ambos os cursos receberam nota máxima de qualidade do Conceito Preliminar de Curso (CPC) do Ministério da Educação (MEC), em 2019^{vi}.

O curso de Hotelaria foi criado em 1987, através da resolução 46/87 pelo Conselho Superior da Universidade Federal do Maranhão (CONSUN) e reconhecido pelo MEC, em 1993 (Portaria 183, de 9 de fevereiro de 1993). Em 2018, foi apresentado um novo Projeto Político Pedagógico - PPP, envolvendo a formação de profissionais nas diferentes áreas de conhecimento em nível de Graduação e Pós-Graduação (através do Ensino), empreendendo Pesquisas (voltadas aos principais problemas do Estado e da Região) e desenvolvendo atividades de extensão (abrangendo ações de organização social, de produção e inovações tecnológicas, de capacitação de Recursos Humanos e de valorização da Cultura) (UFMA, 2018).

Na atualidade, o curso hotelaria dispõe de 313 alunos ativos e 7 docentes. Em relação à integralização do curso, o período mínimo é de 04 (quatro) anos e máximo de 06 (seis) anos, com aulas no turno vespertino e um sistema de crédito com oferta seriada semestral e carga horária de 3000 (três mil) horas/aula, totalizando, assim, 154 (cento e



cinquenta e quatro) créditos teóricos e 23 (vinte e três) créditos práticos (UFMA, 2018; UFMA, 2021).

Em 1987, o curso de turismo também foi implantado, em função das necessidades de crescimento sociocultural e econômica de um Estado caracterizado pelo enorme potencial turístico subutilizado e baixos índices de desenvolvimento social e econômico. Teve sua criação aprovada através da Resolução Nº 14/87 - CONSUN, de 24 de setembro de 1987 e seu reconhecimento se deu em 29 de dezembro de 1994, através da Portaria Nº 1.847, do Ministério de Estado da Educação (UFMA, 2008). Atualmente, o curso de turismo conta com 280 alunos ativos e 12 professores efetivos. A integralização curricular ocorre no período mínimo de 04 anos e seis meses e máximo de sete anos, com aulas no turno matutino e carga horária de 2985 horas, com 187 créditos no total (UFMA, 2008; UFMA, 2021).

As informações acima revelam que os cursos de Turismo e Hotelaria possuem uma estrutura curricular consolidada, com mais de 30 anos de funcionamento e agrega um total de 593 alunos matriculados e 19 docente efetivos. Esse conjunto de características pode ser considerado um fator impulsionador para o desenvolvimento econômico e turístico de uma região, principalmente quando se tem a presença de profissionais da área do turismo envolvidos com a qualificação, a produção e a disseminação de conhecimento. A presença desses sujeitos no mercado e academia também possibilita a aproximação da universidade com a realidade econômica e pode ser justificada: “[...] pelo fato de que as economias ao redor do mundo estarem cada vez mais baseadas em conhecimento. Sendo um fator que impulsiona produtividade, o conhecimento trouxe um novo papel para a informação e o aprendizado no desempenho econômico (Almeida, 2015, p. 36).

Observa-se, portanto, que ambos os cursos têm como objetivo fomentar a atividade turística do seu entorno, envolvendo os mais diversos sujeitos que compõem o cenário turístico local. Conforme os PPPs dos cursos de Turismo e Hotelaria, suas diretrizes estão voltadas para a formação intelectual e profissional concomitantes às finalidades do mercado de trabalho, bem como a produção, disseminação e valorização de conhecimentos na área do empreendedorismo (UFMA, 2008; UFMA, 2018). Consoante apresentado no quadro 2, é possível destacar que os cursos tendem a estimular nos alunos o espírito empreendedor:

Quadro 2

Objetivos dos cursos para Formação Empreendedora

Cursos	Objetivos
Turismo	O aluno deverá aprender a empreender: visando desenvolver o espírito empreendedor que o motive a desenvolver seus próprios



	negócios, contribuindo para a economia regional e nacional (UFMA, 2008, grifo nosso).
Hotelaria	Favorecer o seu relacionamento com grupos multidisciplinares, bem como incentivar o seu espírito empreendedor (UFMA, 2018, grifo nosso).

Fonte: adaptado (UFMA, 2008; 2018)

O espírito empreendedor, conforme destaca Dornelas (2008), está associado à uma orientação para ação, “[...] buscando incessantemente novas oportunidades para o negócio, criando algo novo e entendendo como essas novas oportunidades poderão trazer lucros para a organização” (p. 12). Na prática, “os empreendedores precisam ser capazes de perceber a oportunidade. Eles também devem se ver como tendo as habilidades, conhecimento e experiência para iniciar esse negócio” (GEM, 2021, p. 15, tradução nossa^{vii}). Assim, entende-se que os alunos dos cursos de Turismo e Hotelaria devem ser estimulados a desenvolver seus próprios negócios no âmbito do turismo, criando oportunidades de empreender a partir do que é aprendido em sala de aula, nos estágios, nas experiências em visitas técnicas, nas empresas juniores e nos grupos de pesquisas.

É importante frisar que as pessoas podem ser tornar empreendedoras, desde que incitadas as condições favoráveis para empreender. “O empreendedor, como um ser social, constrói e é construído pelo ambiente que está inserido. As pessoas, em geral, não nascem empreendedoras, visto que essa característica pode ser desenvolvida com o passar dos anos” (Marques, 2016, p. 27).

Nesse sentido, infere-se que as universidades, que criam e disseminam ações empreendedoras, tendem a lançar no mercado profissionais mais qualificados e preparados, já que passam a agregar em sua missão a postura inovadora de responder as demandas externas. Vale destacar que, conforme orientações de Almeida (2015), as universidades não restringem seu papel apenas na formação de mão de obra qualificada para as empresas, elas também promovem a cultura de valorização do empreendedorismo. Logo, a universidade empreendedora deve assumir em suas bases formadoras o trinômio ciência-tecnologia-inovação, distribuído nos eixos na pesquisa, ensino e extensão, priorizando assim, o “foco nas demandas da sociedade; fomento à inovação através do estímulo das pesquisas prioritárias; proteção da propriedade intelectual e a transferência de tecnologia para a sociedade” (Marques, 2016, p. 33).

Disciplinas e grupos de pesquisa relacionados com o empreendedorismo e inovação

O sistema educacional é um dos contextos chave de aprendizagem e que forma o capital humano através do desenvolvimento de competências e habilidades empresariais (Kantis, Federico & García, 2020). Ao abordar a aprendizagem



empreendedora, Marques (2016) reforça o processo contínuo e constante, que permite as pessoas transformar consciente e racionalmente suas potencialidades em ato.

Entende-se que as universidades são espaços de geração e disseminação de conhecimento, e como tal, tem a “missão de desenvolvimento econômico e social [...] concomitantemente a suas finalidades tradicionais de ensino e pesquisa” (Marques, 2016). Assim, as universidades são peças essenciais para o desenvolvimento do ecossistema empreendedor, que precisa de mão-de-obra qualificada para desenvolver as atividades nas empresas e a própria capacitação de empreendedores.

Em consonância com os objetivos dos cursos de Turismo e Hotelaria em estimular o espírito empreendedor, destaca-se as competências e habilidades empreendedoras que devem ser desenvolvidas pelos alunos durante sua formação (quadro 3).

Quadro 3

Competências e Habilidades Empreendedoras

Cursos	Competências e habilidades
Turismo	Desenvolver ações de planejamento e gestão da atividade turística pautadas no estabelecimento de parcerias que garantam os interesses dos empreendedores do setor, dos consumidores dos produtos turísticos (turistas) e das comunidades dos núcleos turísticos; propor e implementar modelos de gestão inovadores, buscando alternativas para a solução dos problemas enfrentados; desenvolver a mentalidade empreendedora, necessitando possuir um espírito empreendedor, atento para as oportunidades e nichos do mercado; e assumir uma postura inovadora, objetivando iniciar as atividades que se fizerem necessárias para melhorar o meio em que estiver inserido e solucionar os problemas que ocorrerem.
Hotelaria	Atuar no processo de planejamento, implantação e gerenciamento de unidades hoteleiras; planejar e executar projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos de hospitalidade; adotar modelos inovadores de gestão; e compreender as políticas nacionais e regionais sobre a hotelaria e turismo visando à proposição de políticas públicas e elaborar planos municipais, estaduais ou nacionais inerentes ao setor de hospedagem e de turismo

Fonte: adaptado (UFMA, 2008; 2018)

Segundo Carlos (2016), as competências empreendedoras estão interligadas a diferentes traços de personalidade, habilidades e conhecimentos, que se refletem no comportamento e perfil do profissional empreendedor. Acredita-se que as competências,



se ensinadas de forma contínua e constante, permite os alunos despertarem o interesse pelo planejamento e gestão.

Nesse sentido, é possível inferir a essa exigência de formação profissional à estrutura curricular dos cursos de Turismo e Hotelaria, tendo em vista que suas propostas educacionais esboçam a adequação do perfil profissional desejado para o mercado do trabalho, preparando os alunos para atuarem em mercados altamente competitivos e em constante transformação, gerando um impacto favorável em dimensões social, cultural, econômica e no meio ambiente (UFMA, 2018).

Para tanto, faz-se necessário uma formação, ao mesmo tempo generalista, no sentido do conhecimento geral, das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas, como também especializada, com ênfase nos conhecimentos próprios da área de turismo e hotelaria. No quadro 4, observa-se as disciplinas que possuem nas ementas as categorias empreendedorismo, inovação e tecnologia e suas respectivas cargas horária:

Quadro 4

Disciplinas que Estimulam o Empreendedorismo

Cursos	Disciplinas	Carga horária
Turismo	Tecnologia da Informação e Turismo	60
	Gestão de Patrimônio cultural	60
	Empreendedorismo e Turismo	60
	Gestão de Empreendimento de Lazer e Recreação	60
	Gestão de Turismo Urbano	60
	Gestão Ambiental e Turismo	60
	Gestão de eventos e cerimonial	75
	Gestão de Talentos Humanos	60
	Planejamento Turístico I e II (duas disciplinas de 60h)	120
	Gestão de Agências e Transporte	75
	Gestão Pública e Turismo	60
	Gestão de Hospedagem e de Alimentação	75
	Gestão de Qualidade no Turismo	60
	Gestão Contábil- Financeira	60
	Projetos Turísticos	60
	Total	1005
Hotelaria	Sistema Informatizado de Gestão Hoteleira	45
	Gestão de Alimentos e Bebidas	90
	Criatividade, Inovação e Empreendedorismo em Hotelaria	60



	Gestão da Sustentabilidade em Empreendimentos Turísticos	60
	Gestão e Operação de Meios de Hospedagem	90
	Planejamento e Manutenção de Meios de Hospedagem	60
	Gestão de eventos e cerimonial	75
	Gestão de pessoas em hospitalidade	60
	Total	540

Fonte: adaptado (UFMA, 2008; 2018)

A disciplinas que fazem parte do quadro teórico-prático curricular dos cursos de Turismo e Hotelaria objetivam inserir temas sobre empreendedorismo, inovação e tecnologia, buscando aproximar as teorias às vivências de uma empresa. A intenção é despertar nos alunos as características do empreendedor, tais como: iniciativa, autonomia, autoconfiança, comprometimento, otimismo, necessidade de realização, forte intuição, alta tolerância à incerteza, ser visionário, capaz de descobrir nichos, capaz de aprender com os próprios erros, saber utilizar recursos, estipular metas e alcançá-las (Dornelas, 2008).

Tais disciplinas, vistas como formadoras para o empreendedorismo e que desenvolvem no aluno o espírito empreendedor, a capacidade de inovar e a lidar nas incertezas, desafios e oportunidades que a área exige, representam no curso de Turismo 1005 horas de 2985 horas, enquanto na Hotelaria, que possui uma carga de 3000 horas, representam apenas 540 horas, voltadas principalmente mais para créditos teóricos do que para a práticos.

A esse respeito, Marques (2016, p.37), reforça que é necessário desenvolver ações e ideias que estimulem o ensino e a aprendizagem empreendedora, com soluções mais personalizadas para o “desenvolvimento de competências empreendedoras, sendo mais adequadas ao (1) perfil de cada empreendedor e (2) momento em que ele se encontra em relação à atividade empreendedora”.

É, também, por meio da teoria e prática que os alunos adquirem as competências e habilidades necessárias para se engajarem em atividades empreendedoras. Graham (2013), em seus estudos sobre *Benchmarking* do ecossistema de inovação tecnológica, identificou os fatores de sucesso nos ecossistemas universitários de empreendedorismo, dentre eles: a cultura de empreendedorismo e inovação institucionalizada, onde a atividade empreendedora é vista como algo que está enraizado na formação; a mentalidade empreendedora dos estudantes, que impulsiona o engajamento dos mesmos com as atividades relacionadas ao tema; e a capacidade de pesquisa universitária. Contudo, vale enfatizar que ainda não existem cursos de pós-graduação (mestrado e doutorado) na área do Turismo e Hotelaria, na Universidade Federal do Maranhão, o que representa um requisito a ser pensado futuramente, tendo em vista



que um dos indicadores para qualificar o potencial de uma universidade é o número de programas com pós-graduação em mestrado e doutorado.

Com relação à pesquisa, ambos os cursos oportunizam a participação efetiva na construção de conhecimentos por meio da vivência na pesquisa científica de planejar, coletar de dados e elaborar relatórios em projetos de pesquisa institucionais. Todas as atividades de iniciação científica são orientadas por professores (as), estando pautadas pelas normas institucionais da universidade pesquisada (UFMA, 2018). Dentre as atividades de pesquisa nos projetos de pesquisa dos cursos de Hotelaria e Turismo estão: a publicação de artigos em jornais ou revistas acadêmicas/científicas; apresentação de trabalhos em congressos, convenções, debates, encontros, simpósios, palestras, seminários, e demais eventos de natureza científica, devidamente comprovados via diplomas, certificados, atestados e demais documentos oferecidos aos alunos (UFMA, 2008; UFMA, 2018).

Carlos (2016, p.35) enfatiza a importância dessas diversas atividades para o ensino do empreendedorismo, esse efeito multidisciplinar que permite ao aluno o “desenvolvimento efetivo de habilidades empreendedoras por meio de experiências práticas, contextualizadas, coerentes e constantes, multidisciplinares e focalizadas em resultados por todo seu processo de aprendizagem”.

Os grupos de pesquisas voltados ao empreendedorismo foram levantados no portal do Diretório de Grupos de Pesquisa - Plataforma Lattes – CNPq (2021), levando-se em consideração os coordenadores dos referidos grupos de pesquisa e a ligação docente com os cursos pesquisados. No quadro 5 é possível verificar os grupos e linhas de pesquisa:

Quadro 5

Grupos e Linhas de Pesquisa dos Cursos de Turismo e Hotelaria

Grupos de pesquisa	Linhas de pesquisa
GEDOT Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo	Gestão de Pessoas no Turismo Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo
GEPETH Grupo de Estudos, Pesquisa e Extensão, Educação e Formação em Turismo e Hotelaria	Ensino de Turismo e Hotelaria
Gestão, <i>Marketing</i> e Sustentabilidade no Turismo	Desenvolvimento regional sustentável e Marketing Territorial
Grupo de Estudo e Pesquisas em Patrimônio Cultural	Cultura, Política e Identidades: projetos, gestão, análise e avaliação de políticas públicas de cultura Memória, Patrimônio e Turismo



Grupo de Estudos e Pesquisa em Turismo e Meio Ambiente	Patrimônio, cultura e representações identitária Turismo e Sociedade Turismo, ambiente e sustentabilidade
Identities Culturais da Gastronomia Maranhense	Sociocultural Socioecológica Socioeconômica
Turismo, Cidades e Patrimônio	Dinâmica do espaço turístico: urbano e rural Uso do Território Turístico, Meio Ambiente e Aspectos Socioeducacionais

Fonte: adaptado (CNPq, 2021)

Os grupos de pesquisa correspondem a um conjunto de indivíduos organizados hierarquicamente, que compartilham experiência e envolvem-se permanentemente com atividades de pesquisa. Tais trabalhos são organizados em torno de linhas comuns de pesquisa (CNPq, 2021).

Nesse sentido, os grupos de pesquisa vinculados aos cursos de Turismo e Hotelaria (UFMA) buscam estimular seus alunos nas mais diversas subáreas do turismo, com projetos de pesquisa, ensino e extensão, dentre elas: meio ambiente, educação, patrimônio, cultura, gastronomia, marketing e estratégia de destinos. Observa-se que as propostas apontadas pelos grupos de pesquisas apresentam interação entre o turismo e as práticas empreendedoras, à medida que preparam os alunos para o mercado de trabalho, aproximando teoria e empiria.

Os cursos ainda contam com dois núcleos de pesquisa e um espaço integrado: O Núcleo de Pesquisa e Documentação em Turismo (NPDTUR), eixo norteador da produção acadêmica, que incentiva a publicação de pesquisas e artigos científicos em meios de divulgação como a revista científica do Curso de Turismo; Itinerários e outros (UFMA, 2008); o Núcleo de Projetos e Pesquisa em Hotelaria (NUPPHo), cujos objetivos referem-se a planejar, desenvolver, avaliar e divulgar a produção científica na área de hotelaria e hospitalidade e promover projetos e ações que interagem com a comunidade interna e externa à academia (UFMA, 2018); e o Espaço Integrado do Turismo (ESINT) que foi criado para à prática extensionista envolvendo os graduandos em ações de qualificação em empreendedorismo e Gestão Pessoas com a comunidade.

É importante destacar que o conhecimento que é gerado nas universidades deve transpor os limites das universidades. Segundo Almeida (2015) existem diversas produções acadêmicas que poderiam passar do papel para produtos e serviços concretos, transferindo esse conhecimento acumulado para a sociedade. Além disso, as ações e projetos de empreendedorismo articulado por instituições de ensino superior devem envolver a comunidade, pois quanto mais for despertado o espírito empreendedor (de preferência com ações educativas e lúdicas para crianças), maior será a chance de ser ter pessoas empreendedoras (Fialho, 2019).



Incentivos para o Empreendedorismo e Inovação

Por vezes, as universidades públicas não possuem recursos que podem ser aplicados em transferência de conhecimento em inovação e tecnologia para desenvolver o empreendedorismo local. Nesses casos, é importante o apoio do mercado ou governamental, ou seja, um apoio externo significativo para o desenvolvimento do ecossistema em forma de generosos subsídios governamentais e políticas regionais vantajosas (Graham, 2013). A respeito dessa colaboração entre governo, mercado e academia, Etzkowitz e Zhou (2017, p.24) destacam o modelo de Tríplice Hélice, sendo este:

As interações universidade-indústria-governo, que formam uma “hélice tríplice” de inovação e empreendedorismo, são a chave para o crescimento econômico e o desenvolvimento social baseados no conhecimento. Indo além da coevolução das instituições mediante interações mútuas, trata-se da transição das principais esferas de dupla para tríplice hélice.

Assim, a inovação no turismo pode ser motivada por uma ação colaborativa entre governos, universidades, empresas, micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) e startups, investidores, parceiros de negócios de apoio (aceleradoras, incubadoras, etc.) e outras partes interessadas. A promoção de um ecossistema empreendedor turístico bem-sucedido requer conectar todas essas partes às possíveis oportunidades de colaboração e priorizar a capacitação em turismo e tecnologia (Brasil, 2020).

As universidades, portanto, tem o papel para além da formação e educação dos futuros empreendedores. São incentivadoras de estruturas no fomento ao empreendedorismo, como as empresas juniores. No caso dos cursos de Turismo e Hotelaria (UFMA), as Empresas Juniores: A Empresa Junior LABOTUR (fundada em 1994) e A *Hospitality Consult Júnior* (fundada em 2012) se enquadram no terceiro setor, com reduzidos custos operacionais e de tributação e atendem, principalmente, o mercado das micro e pequenas empresas. Para garantir um excelente aprendizado, todo o trabalho executado tem o acompanhamento e a orientação de um professor da respectiva área do conhecimento, visto que esses trabalhos são prestados como consultoria às empresas do ramo do turismo, como agências de turismo, restaurantes, meios de hospedagem, entre outros. Os alunos podem dedicar até 60 horas de sua carga horária (UFMA, 2008; UFMA, 2018).

Por fim, é importante destacar que, recentemente, os cursos foram transferidos para um Complexo localizado no Centro Histórico da cidade de São Luís, abrigando sete edificações: Unidade de ensino (Antiga Fábrica Santa Amélia); Unidades Hoteleira e de Restaurante; Empresas Juniores (*Hospitality Consult Júnior* e a Labotur); Auditório Central; Biblioteca e Laboratórios de ensino (espaço para os grupos de pesquisa).



Compreende-se, portanto, que a infraestrutura possibilita a criação de mecanismos práticos de ensino e aprendizagem empreendedora, articulando a prática profissional dentro do campo de atividades e desenvolvimento do conteúdo programático da grade curricular dos cursos de Turismo e Hotelaria e, sem dúvida, é uma estratégia de incentivo e fortalecimento do ecossistema empreendedor turístico local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou compreender os incentivos que as universidades públicas dão para o fortalecimento do ecossistema empreendedor turísticos. Para isso, foi definido como referencial empírico os cursos de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), cuja proposta tem como cerne a compreensão do fortalecimento do ecossistema empreendedor de São Luís, a partir das contribuições dos referidos cursos, levando-se em conta o projeto político pedagógico, as disciplinas, grupos de pesquisas vinculados aos referidos cursos e a infraestrutura disponível.

Com relação às disciplinas dos cursos de Turismo e Hotelaria, observa-se que existe a discussão no projeto político pedagógico sobre empreendedorismo, inovação e tecnologia, em que as disciplinas estimulam no aluno o espírito empreendedor, ou seja, os cursos de Turismo e Hotelaria se baseiam nas mudanças do mercado, buscando fortalecer o EE de São Luís. Contudo, percebe-se que esses conhecimentos ainda se limitam apenas à graduação e uma pequena parte da carga horária das disciplinas. Sugere-se, portanto, que as ações de ensino e aprendizagem empreendedora sejam mais personalizadas para desenvolver as competências e habilidades empreendedoras por meio da teoria e prática e mais focadas ao perfil do futuro empreendedor e turismo, levando em consideração o contexto de São Luís.

Por sua vez, os grupos de pesquisa vinculados aos cursos de Turismo e Hotelaria (UFMA) proporcionam aos alunos a imersão nas mais diversas possibilidades de empreender no turismo através de projetos de pesquisa, ensino e extensão. Além disso, a estrutura entregue recentemente torna-se fundamental para o aprendizado eficaz desses alunos, permitindo uma prática profissional mais focada, estimulando a criatividade e o interesse dos alunos em empreender na atividade turística.

Conclui-se, portanto, a existência de um agente fomentador do EE turístico, com diversas práticas para o desenvolvimento da atividade turística local, mas que ainda precisam ser fortalecidas pelo tripé academia-governo-mercado. Dessa forma, recomenda-se que para o desenvolvimento das competências e habilidades dos futuros empreendedores, a capacitação na área de gestão nas disciplinas seja mais prática (equivalente à teoria), aproximando os temas sobre criar ou gerenciar novos negócios, que é estudado em sala de aula, com a prática em campo. Quanto a participação da universidade na produção e disseminação de conhecimento na área do turismo, sugere-se o fortalecimento de uma política empreendedora que incentive a participação de docentes e discentes em ações de conscientização, inclusão e disseminação de práticas



empreendedoras, por meio de iniciativas de ensino, pesquisa e extensão. Inclui a este item a questão do que se é discutido e produzido nas disciplinas e nos grupos de pesquisa que se relacionam com o empreendedorismo, sejam transformados em inovações que tragam impactos favoráveis para o turismo local em dimensões social, cultural, econômica e no meio ambiente.

Como sugestão de futuras pesquisas, recomenda-se ampliar a investigação sobre o papel das universidades no fortalecimento de EE sob a perspectiva de docentes e discentes, bem como na possibilidade de direcionar essa pesquisa ao mercado, tendo em vista que são as empresas que recebem os novos profissionais.

Espera-se, portanto, que os achados dessa pesquisa sirvam de subsídios para entender o papel da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), mediante as ações e projetos desenvolvidos no âmbito da pesquisa, ensino e extensão nos cursos de Turismo e Hotelaria e de que formas essas contribuições possam incentivar e fortalecer do ecossistema empreendedor turístico de São Luís.

REFERÊNCIAS

- Ács, Z. J., Autio, E. & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43, p. 476-494.
- Almeida, A. (2015). *Desenvolvimento de um ecossistema de empreendedorismo: o papel da universidade* [Graduação em Engenharia de Produção]. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Departamento de Engenharia de Produção, São Paulo. Recuperado de <https://bit.ly/3LpGOH2>.
- Aranha, E. A. (2013). O Empreendedorismo na administração da federal brasileira. *Revista Científica da FAI*, Santa Rita do Sapucaí, 13 (1), p.49-59.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Brasil. (2020). Ministério do Turismo. *Estratégia Nacional de Inovação em Turismo. Brasília, 2020*. Recuperado de <https://www.gov.br/participamaisbrasil/enit>.
- Bugio, A. C. S. (2019). *Ecossistemas de Empreendedorismo no Setor do Turismo: o caso da Península de Setúbal* [Mestrado em Ciências Empresariais]. Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal. Recuperado de <https://core.ac.uk/reader/286576330>.
- CNPQ. (2021). *Diretório de Grupos de Pesquisa - Plataforma Lattes – CNPq*. Recuperado de http://dgp.cnpq.br/dgp/faces/consulta/consulta_parametrizada.jsf.
- Cohen, B. (2006). Sustainable Valey Entrepreneurial Ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15 (1), p. 1-14.
- Dornelas, J.A.C. (2008). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios* (3.ed). Rio de Janeiro: Elsevier.



- Etzkowitz, H. & Zhou, C. (2017). Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. *Estudos Avançados*, 31 (90), p. 23-48. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190003>.
- Fialho, C. B. (2019). *O fortalecimento do ecossistema empreendedor a partir dos seus domínios na percepção dos principais atores do ambiente local* [Tese em Administração]. Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Maria (RS). Recuperado de <https://bit.ly/3LpGOH2>.
- Carlos, E. A. (2016). *Desenvolvimento de competências para empreender com sucesso: um estudo no setor brasileiro de serviços* [Dissertação em Gestão de Negócios]. Programa de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios, Fundação Instituto de Administração, São Paulo (SP). Recuperado de https://fia.com.br/wp-content/uploads/2020/05/Ed-de-Almeida-Carlos_Disserta%C3%A7%C3%A3o-Mestrado-1.pdf.
- GEM. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor. 2020/2021 Global Report*. London Business School. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>.
- GEM. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2019*. Curitiba: IBQP. Recuperado de <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Graham, R. (2013). *Technology Innovation Ecosystem Benchmarking Study: Key findings from Phase 1*. MIT Skoltech Initiative. Recuperado de <https://bit.ly/3uDvbpj>.
- Isenberg, D. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland, p. 1-13.
- Kantis, H. D., Federico, J. S. & García, S.I. (2020). Entrepreneurship policy and systemic conditions: Evidence-based implications and recommendations for emerging countries. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72, p. 100872.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriente entrepreneurship. *Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*, The Hague, Netherlands. 2014.
- Marques, T. W. R. (2016). *O empreendedorismo universitário pela dinâmica da ação empreendedora no Centro de Informática da Federal de Pernambuco* [Dissertação em Administração]. Programa de Mestrado Profissional em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife (PE). Recuperado de <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/25061>.
- Silva, J.P. M., Guimarães, L. O., Inácio Júnior, E. & Castro, J. M. (2021). Ecossistema empreendedor: Análise da contribuição das universidades na criação de empresas



- de base tecnológica. *Contextus – Revista Contemporânea De Economia E Gestão*, 19, 160-175. Recuperado de <https://doi.org/10.19094/contextus.2021.6801>.
- Silva, P. H. O., Fonseca, L. P. & Spinola, C. A. (2017). Considerações sobre o empreendedorismo como elemento propulsor do turismo no Baixo São Francisco. *Revista de Desenvolvimento Econômico*, ano XIX, Edição Especial, Salvador, BA, p. 26 – 43, dez. Recuperado de <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/download/5380/3436>.
- Stam, E. & Van De Ven, A. (2019). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Bus Econ.*, 56, p. 809–832. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1472811721000070>.
- Szerb, L., Lafuente, E., Horváth, K. & Páger, B. (2019). The relevance of quantity and quality entrepreneurship for regional performance: the moderating role of the entrepreneurial ecosystem. *Regional Studies*, 53 (9), p. 1308- 1320.
- UFMA. (2008). Universidade Federal do Maranhão. *Projeto político pedagógico do Curso de Turismo*. Recuperado de <http://www.UFMA.br/portalUFMA/arquivo/Q6KH7pODnR4mf0E.pdf>.
- UFMA. (2018). Universidade Federal do Maranhão. *Projeto político pedagógico do Curso de Hotelaria*. Recuperado de https://sigaa.UFMA.br/sigaa/public/curso/ppp_curso.jsf?lc=pt BR&lc=pt BR&id=85816.
- UFMA. (2021). Universidade Federal do Maranhão. *Consulta de cursos-graduação*. Recuperado de <https://sigaa.UFMA.br/sigaa/public/curso/lista.jsf?nivel=G&aba=p-%20gradua%C3%A7%C3%A3o>.
-



INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

- *1 Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: angelarobertalucas@gmail.com
- *2 Mestrando no Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: compridosamuel@gmail.com
- *3 Doutor em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná e do Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: gomesbma@gmail.com
- *4 Doutor em em Doctoral Programme. Professor do Departamento de Administração Geral e Aplicada da Universidade Federal do Paraná e do Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: fapgimenez@gmail.com

REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**

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

ⁱⁱ Dados extraídos do Núcleo Interdisciplinar Científico e Tecnológico de Alcântara (UFMA). Disponível em: <https://portalpadrao.ufma.br/site/institucional/nicta>.

ⁱⁱⁱ Tradução nossa: “uma comunidade reconhecível só emerge quando a população de uma região desenvolve uma coesão identificável que deriva da interdependência mutualista entre atores simbioticamente relacionados com diferenças complementares”.

^{iv} Tradução nossa: “um conjunto de atores empreendedores interconectados (potencial e existente), organizações empreendedoras (por exemplo, empresas, capitalistas de risco, anjos de negócios, bancos), instituições (universidades, agências do setor público, órgãos financeiros) e processos empreendedores (por exemplo, a taxa de natalidade empresarial, números de empresas de alto crescimento, níveis de "empreendedorismo blockbuster", número de



empreendedores em série, grau de mentalidade de venda dentro de empresas e níveis de ambição empreendedora) que formalmente e informalmente se unir para conectar, mediar e governar o desempenho dentro do ambiente empreendedor local”.

^v Texto original: “which can be a significant part of the national economy beyond the reach of official statistics, especially in developing countries”.

^{vi} Informações obtidas no Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior Cadastro e-MEC. Disponível em: e-MEC - 1 v.5.845.3-6990.

^{vii} Texto original: “In practice, entrepreneurs need to be able to spot the opportunity. They must also see themselves as having the skills, knowledge and experience to start that business”.