



**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO**

**TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL**

**ARACAJU
2025**

TEREZA CECÍLIA SOBRAL CARVALHO

TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Programa de Pós-Graduação de Mestrado
Profissional em Turismo do Instituto Federal de
Sergipe, como requisito para obtenção do título de
Mestre em Turismo.

Orientadora: Prof^a Dr^a Wanusa Campos Centurión

ARACAJU
2025

TEREZA CECÍLIA SOBRAL CARVALHO

TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Programa de Pós-Graduação de Mestrado
Profissional em Turismo do Instituto Federal de
Sergipe, como requisito para obtenção do título de
Mestre em Turismo.

Orientadora: Prof^a Dr^a Wanusa Campos Centurión

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^a Dr^a Wanusa Campos Centurión
Instituto Federal de Sergipe – IFS

1º Examinador: Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira
Instituto Federal de Sergipe – IFS

2º Examinador: Prof. Dr. José Nilton de Melo
Instituto Federal de Sergipe – IFS

3º Examinador: Prof. Dr. Alexandre Panosso Neto
Universidade de São Paulo

CESSÃO DE DIREITOS

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Turismo a permissão para disponibilizar, reproduzir, emprestar ou vender cópias desse trabalho. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte dessa dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

Tereza Cecília Sobral Carvalho
Instituto Federal de Sergipe – IFS

Profª Drª Wanusa Campos
Centurión Instituto Federal de Sergipe – IFS

“O que não te desafia, não te transforma”

Albert Einstein

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela força e direção em todos os momentos desta jornada. À minha família, pelo apoio incondicional e pela compreensão diante de tantas ausências. À equipe do Hotel da Costa, que soube acolher minhas demandas e compreender os desafios que o mestrado exigiu.

Um agradecimento especial à minha mãe, Maria Aparecida Sobral, exemplo de coragem e resistência diante das adversidades — sua força foi inspiração constante.

E que jornada foi essa! Difícil falar no singular, porque viver esse processo foi, de fato, um exercício coletivo. Como canta o *Tribo da Periferia*, “ninguém vence sozinho” — e cada etapa desse caminho foi sustentada pela presença e colaboração de muitos.

Registro minha gratidão à coordenação do PPMTUR, na pessoa da Prof.^a Dra. Ilka Bianchini, pelo suporte contínuo mesmo diante das dificuldades. À minha querida turma, a “quinta série”, um grupo único e especial que transformou a caminhada em companheirismo genuíno — fomos e seguimos sendo uns pelos outros, o tempo todo.

Aos professores, pela compreensão diante da conciliação entre trabalho e viagens corporativas. Em especial à Prof.^a Dra. Wanusa Centurión, minha orientadora-anja, sempre presente, dedicada e incansável, mesmo quando dei trabalho além da conta.

Ao meu tio, Prof. Dr. Artemis Carvalho, pelo incentivo desde o pré-projeto, pelo apoio incondicional e pela torcida permanente.

E, por fim, aos stakeholders que gentilmente atenderam ao meu pedido, bem como aos participantes dos três eventos — Ironman 2024, Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica 2024 e Corrida Cidade de Aracaju 2025 — que contribuíram de forma significativa para as entrevistas e questionários, fortalecendo esta pesquisa de maneira única.

E assim encerro estes agradecimentos com o coração cheio: porque esta vitória não é apenas minha — é de todos que caminharam comigo.

RESUMO

O turismo, fenômeno de reconhecida relevância social, cultural e econômica, vem passando por transformações que refletem novas demandas globais. Nesse contexto, o Turismo de Esportes (TE) desponta como um segmento estratégico e promissor. Este estudo tem como objetivo elaborar diretrizes estratégicas para impulsionar o Turismo de Esportes em Aracaju, maximizando seus benefícios socioeconômicos, culturais e ambientais. A pesquisa adotou uma metodologia qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, fundamentada em entrevistas semiestruturadas realizadas com os principais *stakeholders* dos setores esportivo e turístico de Aracaju/SE, bem como por meio da aplicação de questionários aos atletas e espectadores de três eventos esportivos renomados e tradicionais na cidade (Itaú BB IronMan 70.3; Sul-Americano de Ginástica Rítmica; e a 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju). Os dados foram analisados e tratados por meio da técnica de triangulação metodológica, em que os achados emergentes de ambos os instrumentos de coleta (questionários e entrevistas) foram sistematicamente comparados e confrontados com o arcabouço teórico previamente estabelecido. A investigação foi enriquecida por uma revisão bibliográfica ancorada em autores nacionais e internacionais, assegurando rigor teórico e aprofundamento da discussão. Os resultados evidenciam que Aracaju apresenta condições favoráveis à consolidação do TE, impulsionado pela realização de eventos esportivos e pelo protagonismo de atletas locais, embora ainda enfrente desafios relacionados à ausência de planejamento estratégico integrado, políticas públicas consistentes e maior articulação entre os setores esportivo e turístico. Conclui-se que o fortalecimento do Turismo de Esportes pode contribuir de maneira significativa para a diversificação da economia, para a valorização da cultura local e para a projeção da imagem de Aracaju em âmbito nacional e internacional, desde que acompanhado de investimentos estruturais e de ações coordenadas de gestão. O estudo fornecerá uma análise aprofundada e recomendações específicas para Aracaju, bem como para demais destinos semelhantes.

Palavras-chave: Turismo; Turismo de Esportes; Desenvolvimento Socioeconômico; Cultura; Meio Ambiente.

ABSTRACT

Tourism, a phenomenon of recognized social, cultural, and economic relevance, has been undergoing transformations that reflect new global demands. In this context, Sports Tourism (ST) emerges as a strategic and promising segment. This study aims to develop strategic guidelines to boost Sports Tourism in Aracaju, maximizing its socioeconomic, cultural, and environmental benefits. The research adopted a qualitative methodology, exploratory and descriptive in nature, based on semi-structured interviews conducted with the main stakeholders from the sports and tourism sectors of Aracaju/SE, as well as questionnaires applied to athletes and spectators of three renowned and traditional sporting events in the city (Itaú BB IronMan 70.3; South American Rhythmic Gymnastics Championship; and the 40th edition of the Cidade de Aracaju Race). Data were analyzed and processed through the methodological triangulation technique, in which findings emerging from both collection instruments (questionnaires and interviews) were systematically compared and confronted with the previously established theoretical framework. The investigation was enriched by a literature review grounded in national and international authors, ensuring theoretical rigor and depth of discussion. The results show that Aracaju presents favorable conditions for the consolidation of ST, driven by the hosting of sporting events and the prominence of local athletes, although it still faces challenges related to the lack of integrated strategic planning, consistent public policies, and stronger articulation between the sports and tourism sectors. It is concluded that the strengthening of Sports Tourism can significantly contribute to economic diversification, the valorization of local culture, and the projection of Aracaju's image at national and international levels, provided it is accompanied by structural investments and coordinated management actions. The study will provide an in-depth analysis and specific recommendations for Aracaju, as well as for other similar destinations.

Keywords: Tourism; Sports Tourism; Socioeconomic Development; Culture; Environment.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Perfil Sociodemográfico.....	55
Figura 2. Participação e Motivação nos Eventos Esportivos.	57
Figura 3. Experiência dos Participantes.	60
Figura 4. Utilização de meios de hospedagem.	75
Figura 5. Tipo de meios de hospedagem utilizados.....	76
Figura 6. Visitação aos atrativos turísticos.	76
Figura 7. Acesso a informações turísticas.	77
Figura 8. Acesso à cultura e tradições sergipanas.	78
Figura 9. Mobilidade urbana.	79
Figura 10. Satisfação quanto a gastronomia.	80
Figura 11. Acolhimento da comunidade local.....	81
Figura 12. Retorno a Sergipe.....	82
Figura 13. Recomendação do destino Sergipe.....	82
Figura 14. Experiencia geral como participante.....	84
Figura 15. Adoção de práticas sustentáveis.....	85
Figura 16. Segurança	86

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Resumo do desenho metodológico.	48
Quadro 2. Boas Práticas/Estratégias.	98
Quadro 3. Cronograma do TCC do mestrado.	Erro! Indicador não definido.
Quadro 4. Análise SWOT.	143

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV	Associação Brasileira das Agências de Viagens
ABEOC	Associação Brasileira de Empresas de Eventos
ABIH	Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
AJU	Aracaju
APP	Aplicativo
BA	Bahia
CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CAT	Centro de Apoio ao Turista
CBG	Confederação Brasileira de Ginástica
CBVD	Confederação Brasileira de Voley Deficiente
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CPA	Custo por Aquisição
CPC	Custo por Clique
CT	Centro de Treinamento
DMOs	<i>Destination Management Organizations</i>
EAD	Ensino à Distância
EMBRATUR	Instituto Brasileiro do Turismo
FAPITEC	Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe
Fecomércio	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIFA	Federação Internacional de Futebol
FOFA	Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças
FSA	Federação Sergipana de Automobilismo
FSAt	Federação Sergipana de Atletismo
IA	Inteligência Artificial
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IFS	Instituto Federal de Sergipe
KPI	<i>Key Performance Indicator</i>
MG	Minas Gerais
MS	Mato Grosso do Sul
MTUR	Ministério do Turismo

ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMT	Organização Mundial de Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PNT	Plano Nacional de Turismo
PPP	Parceria Público-Privada
ROI	Retorno sobre Investimento
RV/RA	Realidade Virtual/Aumentada
SEEL	Secretaria de Estado do Esporte e Lazer
SEJESP	Secretaria Municipal da Juventude e do Esporte
SET	Teoria da Troca Social
SETUR	Secretaria de Turismo
SISTUR	Sistema de Inteligência Turística de Sergipe
SMTT	Secretaria Municipal de Transportes e Trânsito
SP	São Paulo
SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>
TE	Turismo de Esportes
UFC	<i>Ultimate Fight Championship</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	OBJETIVOS	18
1.1.1	Objetivo geral	18
1.1.2	Objetivos específicos	19
1.2	JUSTIFICATIVA	19
2	TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU Erro! Indicador não definido.	
2.1	RAÍZES SERGIPANAS..... Erro! Indicador não definido.	
2.1.1	Personalidades Sergipanas e Sua Contribuição para o Turismo de Esportes .. Erro! Indicador não definido.	
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	21
3.1	CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO TURISMO E TURISMO DE ESPORTES	22
3.2	IMPACTOS MULTIDIMENSIONAIS DO TURISMO DE ESPORTES	26
3.3	GESTÃO E PLANEJAMENTO DO TURISMO DE ESPORTE Erro! Indicador não definido.	
3.4	PERSPECTIVAS FUTURAS DO TURISMO DE ESPORTE	37
4	METODOLOGIA.....	42
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	49
5.1	MAPEAMENTO DA SITUAÇÃO ATUAL DO TE EM ARACAJU SOB A ÓTICA DO PÚBLICO	50
5.1.1	Perfil Sociodemográfico	51
5.1.2	Participação e Motivações nos Eventos Esportivos Analisados.....	55
5.1.3	Experiência dos participantes nos eventos esportivos de Aracaju.....	58
5.1.4	Limitações, Forças e Sugestões do Turismo de Esportes em Aracaju Sob Diferentes Óticas	61
5.1.4.1	Limitações.....	61
5.1.4.2	Potencialidades	66
5.1.4.3	Recomendações	70
5.2	IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS, CULTURAIS E AMBIENTAIS DO TURISMO DE ESPORTE EM ARACAJU SOB A ÓTICA DO PÚBLICO	73
5.2.1	Percepção dos Atletas e Espectadores sobre Aspectos Socioeconômicos, Culturais e Ambientais no Turismo de Esportes em Aracaju	74

5.2.2	Percepção dos <i>Stakeholders</i> dos sobre os Impactos Socioeconômicos no Turismo de Esportes em Aracaju	87
5.2.2.1	Influxo Econômico e Geração de Emprego e Renda.....	87
5.2.2.2	Redução da Sazonalidade e Promoção do Destino	88
5.2.3	Percepção dos <i>Stakeholders</i> sobre os Impactos Culturais no Turismo de Esportes em Aracaju.....	89
5.2.3.1	Valorização e Integração da Cultura Local	89
5.2.3.2	Engajamento Comunitário e Orgulho Local.....	90
5.2.4	Percepção dos <i>Stakeholders</i> sobre os Impactos Ambientais no Turismo de Esportes em Aracaju.....	90
5.2.4.1	Práticas Sustentáveis e Conscientização Ambiental.....	90
5.2.4.2	Uso e Preservação de Recursos Naturais.....	91
5.3	BOAS PRÁTICAS E ESTRATÉGIAS DE TE ADOTADAS EM OUTRAS REGIÕES OU PAÍSES SOB A ÓTICA DOS <i>STAKEHOLDERS</i>	93
5.3.1	Modelos de Governança e Parcerias.....	94
5.3.2	Estratégias de Infraestrutura e Eventos.....	95
5.3.3	Táticas de Marketing e Branding.....	96
5.3.4	Abordagens de Sustentabilidade e Legado	97
5.4	PROPOSTAS DE DIRETRIZES ESTRATÉGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE ESPORTE EM ARACAJU	99
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	
	REFERÊNCIAS.....	111
	APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	123
	APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA: TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU	125
	APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO: TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU	127
	APÊNDICE D - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTO	132
	APÊNDICE E - TERMO DE COMPROMISSO E CONFIDENCIALIDADE	133
	APÊNDICE F - CARTA DE ANUÊNCIA	134

APÊNDICE G - PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU	139
--	------------

1 INTRODUÇÃO

O turismo, reconhecido como um fenômeno de dimensões sociais, culturais e econômicas, tem evoluído significativamente ao longo dos anos, adaptando-se às novas demandas e tendências globais. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), o turismo é definido pelo deslocamento de pessoas para fora de seu ambiente habitual por um período consecutivo inferior a um ano, para lazer, negócios ou outros propósitos. Esta definição abrange uma ampla gama de atividades e segmentações dentro do setor, incluindo o Turismo de Esportes (TE), entendido como o deslocamento de pessoas motivadas pela prática, observação ou celebração de eventos esportivos (GIBSON, 1998). Esse segmento, que integra lazer, competição e entretenimento, tem se destacado por sua capacidade de gerar desenvolvimento econômico, social e cultural nas regiões que sediam atividades esportivas, reforçando o papel do esporte como catalisador do turismo e promotor da imagem dos destinos.

O turismo de esporte emerge como um segmento de grande potencial e relevância. Carvalho e Lourenço (2021) destacam que o turismo desportivo, originado no século XX com o advento dos desportos de inverno nos Alpes Franceses, e formalmente reconhecido na década de 1970, na França, vem expandindo-se globalmente, impulsionado pela crescente valorização de estilos de vida saudáveis e pelo interesse em eventos esportivos internacionais. A intersecção entre turismo e esporte oferece oportunidades únicas para o desenvolvimento turístico, atraindo não apenas participantes ativos, mas também espectadores e entusiastas de diversas modalidades esportivas.

O turismo de esportes, conforme delineado por Carvalho e Lourenço (2021) e Hoeller (2020), não apenas promove o enriquecimento cultural e social dos indivíduos, mas também impulsiona significativamente o desenvolvimento econômico das regiões que sediam tais eventos. Dessa forma, vale ressaltar que o turismo e o esporte são dois fenômenos que se entrelaçam com as diversas oportunidades geradas por seus relacionamentos (Hinch; Higham, 2011; Getz, 2019). Assim, o turismo de esportes é reconhecido internacionalmente como um nicho de mercado substancial e altamente desejável (Getz, 2019).

A partir dos anos 2000, o TE apresenta-se como uma das segmentações turísticas com maior potencial de crescimento, especialmente no Brasil, onde a diversidade natural e cultural oferece um cenário propício para a realização de eventos esportivos de variadas naturezas, conforme destaca Albuquerque (2020). No Brasil, o TE tem ganhado destaque, impulsionado pela realização de grandes eventos internacionais, como os Jogos Pan-Americanos, Jogos Parapan-Americanos em 2007, Jogos Mundiais Militares em 2011, a Copa das Confederações em 2013, a Copa do Mundo FIFA em 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, que aconteceram

principalmente na cidade do Rio de Janeiro e que colocaram o país em evidência no cenário global.

O *Rio Convention & Visitors Bureau*¹ compartilha o sucesso da cidade pós realização dos megaeventos, sendo contabilizados 206 eventos captados até 2025 – em diferentes nichos, portes e perfis, desde eventos técnico-científicos, convenções, palestras, feiras, encontros e novos eventos esportivos. Esses eventos demonstraram a capacidade do Brasil de sediar competições de grande porte, gerando legado importante que pode ser examinado em várias dimensões: infraestrutura urbana, economia, conhecimento, imagem, cultura, meio ambiente, qualidade de vida e expertise na organização de eventos esportivos (Menezes, 2022).

Preuss (2021), professor alemão, especialista em economia e sociologia do esporte, afirma que muitas pessoas estão interessadas no esporte, e muitos desses indivíduos se beneficiam das melhorias em 31 atividades econômicas decorrentes do aprimoramento da infraestrutura urbana e, conseqüentemente, da imagem da cidade. No entanto, apesar desses avanços, a distribuição dos benefícios gerados por tais eventos ainda é desigual, com algumas regiões e Estados brasileiros explorando melhor esse potencial que outros (Brasil, 2023a).

O objeto de estudo dessa pesquisa é o turismo de esportes na cidade de Aracaju, em que serão investigadas as associações de esportes, secretaria de turismo e de esportes, agências de viagens, trade turístico, dentre outros. Esse foco inclui a análise das características, estruturas, eventos existentes e potenciais, fatores facilitadores e dificultadores, bem como as políticas públicas e iniciativas privadas que influenciam o desenvolvimento desse segmento turístico. Trata-se de compreender como o TE pode ser utilizado como uma estratégia para potencializar a demanda turística em Aracaju, especialmente durante períodos de baixa temporada, contribuindo, assim, para o desenvolvimento socioeconômico e cultural do Estado. De acordo com Preuss (2021), a capacidade dos jogos de criar empregos e proteger os empregos existentes é frequentemente ignorada.

Em troca de ideias espontâneas com representantes de associações esportivas de Sergipe e a nível nacional, é unânime a aceitação e satisfação de atletas e comissões com o destino Sergipe para realização de eventos esportivos. Relatos sobre facilidade logística, clima ameno, segurança e potencialidades turísticas estão dentre os principais comentários destes que competem de forma ativa, apreciam e acompanham tais eventos.

Contudo, há uma reclamação frequente em relação à oferta de malha aérea e valores praticados, principalmente para público advindo de cidades com menor conectividade aeroportuária com o estado de Sergipe. Dessa forma, os principais eventos têm atraído público com raio de 600km, onde as rodovias estão em bom estado de conservação, facilitando o

deslocamento regional. Vale ressaltar que também é citado como ponto negativo a falta de planejamento e de estratégias definidas pelo governo para a captação dessa demanda de eventos esportivos para o estado.

Eventos esportivos de grande porte desempenham um papel significativo na promoção do turismo e no desenvolvimento econômico das cidades-sede. Estudos indicam que cidades que realizam eventos esportivos de notoriedade nacional e internacional experimentam um aumento expressivo no fluxo turístico nos anos seguintes. Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur, 2025), a realização de eventos esportivos não apenas atrai visitantes no curto prazo, mas também fortalece a imagem do destino, impulsionando o turismo a longo prazo. Isso tudo fomenta a economia criativa, com a vinda de mais pessoas (Levin, 2022). Hoeller (2020) ressalta que a organização e promoção de eventos são consideradas as áreas que mais geram retorno econômico e social tanto para o país quanto para a cidade que os hospeda.

De acordo com a *Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil – 2007/2008*, conduzida pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em parceria com a Embratur e o Ministério do Turismo, o gasto médio diário de um turista de eventos internacionais no Brasil foi de US\$ 285,10. Este estudo analisou 16 eventos internacionais realizados nas cinco regiões do país entre março e agosto de 2008, entrevistando 1.659 participantes.

Turistas que participam de eventos no Brasil gastam significativamente mais do que aqueles que viajam a lazer (LOHMANN et al., 2022). De acordo com uma pesquisa realizada pela FGV para a Embratur, os turistas de negócios e eventos gastam, em média, US\$ 330 por dia no Brasil, valor que é aproximadamente quatro vezes superior ao gasto diário de turistas de lazer, que é de US\$ 73,77 (Associação Brasileira de Empresas de Eventos, 2015).

Dados mais recentes indicam que o gasto médio diário de turistas que participam de eventos no Brasil é significativamente maior do que o dos turistas de lazer. Em 2022, um estudo realizado em Fortaleza revelou que o gasto médio diário de turistas de eventos foi de R\$ 791,14, representando um aumento de 45,3% em relação a pesquisas anteriores. Durante toda a estadia, que dura em média 3,5 dias, o visitante que vem a negócios gasta R\$ 2.776,93 (Pimentel, 2023).

Embora não haja dados nacionais mais recentes disponíveis, esses números reforçam a tendência observada em estudos anteriores, que apontam para gastos significativamente maiores por parte de turistas de esportes em comparação aos turistas de lazer. Esses dados ressaltam a importância econômica do turismo de esportes para o Brasil, evidenciando seu impacto significativo na economia nacional.

A motivação da autora desse estudo sobre essa temática de TE é perceber a possibilidade desse segmento contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e cultural de Aracaju, uma vez que o TE tem o potencial de gerar renda, empregos e promover a cultura local, além de poder incentivar a melhoria da infraestrutura, dos serviços turísticos e da imagem da cidade, bem como ter a possibilidade de contribuir com o conhecimento novo e relevante para o campo de estudo do turismo.

A capital do estado de Sergipe, Aracaju, localizada na região Nordeste do Brasil, exemplifica a desigualdade na distribuição dos benefícios gerados pelo Turismo de Esportes, estando em consonância com Preuss (2021).

Apesar do TE representar uma oportunidade ainda pouco explorada e da cidade de Aracaju/SE possuir atributos naturais e culturais que favorecem o desenvolvimento do TE, como suas belas paisagens naturais, infraestrutura urbana e facilidades logísticas, Aracaju ainda não explorou plenamente o potencial desse segmento. Eventos como a Corrida Cidade de Aracaju e a Corrida Meia da Conceição destacam-se no calendário local, mas a falta de investimentos e de uma estratégia de desenvolvimento turístico voltada para o TE limita a capacidade do Estado de atrair e sediar eventos esportivos de maior envergadura. Além disso, Aracaju, como outros destinos turísticos, enfrenta desafios como sazonalidade, subutilização da infraestrutura turística e necessidade de diversificação da oferta turística.

Diante das evidências existentes sobre essas limitações do destino para incentivar o TE, o esforço de realizar essa pesquisa pode ser traduzido na seguinte questão: **Quais estratégias podem ser adotadas para fortalecer o Turismo de Esportes em Aracaju, otimizando seus impactos socioeconômicos, culturais e ambientais?** A resposta a essa questão é crucial para o delineamento de ações estratégicas que possam alavancar o TE **no destino Aracaju**, visando otimizar os benefícios econômicos, sociais e culturais para a população local e para os visitantes, bem como para oferecer subsídios para o planejamento e implementação de políticas públicas e iniciativas privadas voltadas para o fortalecimento desse segmento turístico.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Elaborar diretrizes estratégicas para impulsionar o Turismo de Esportes em Aracaju, maximizando seus benefícios socioeconômicos, culturais e ambientais.

1.1.2 Objetivos específicos

- Mapear a situação atual do Turismo de Esportes em Aracaju sob a ótica dos participantes (atletas e espectadores) e dos principais *stakeholders locais*.
- Analisar os impactos socioeconômicos, cultural e ambiental do turismo de esporte na cidade de Aracaju sob a ótica dos atletas e espectadores dos eventos esportivos pesquisados, bem como dos principais *stakeholders*.
- Identificar as boas práticas e estratégias bem-sucedidas em outras regiões ou países que possam ser adaptadas para Aracaju sob a ótica dos principais *stakeholders*.
- Elaborar um Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esportes em Aracaju.

1.2 JUSTIFICATIVA

O turismo de esportes tem sido reconhecido como uma ferramenta estratégica para impulsionar o desenvolvimento em regiões com infraestrutura limitada ou em destinos considerados emergentes. Getz (2019) destaca que eventos esportivos podem atuar como catalisadores de investimentos públicos e privados, promovendo melhorias em infraestrutura urbana e turística. Contudo, o autor alerta que os benefícios nem sempre são distribuídos de maneira uniforme, sobretudo em regiões em processo de desenvolvimento.

Preuss (2021), ao analisar megaeventos esportivos, observa que em países com menores níveis de infraestrutura os impactos podem ser mais expressivos a curto prazo, gerando emprego e renda, mas também trazendo desafios relacionados à sustentabilidade e à gestão eficiente dos legados. Chalip (2004) complementa que a ativação comunitária é essencial para consolidar tais benefícios, evitando que fiquem restritos a agentes externos.

No Brasil, experiências como a de Manaus durante a Copa do Mundo de 2014 ilustram como cidades sem tradição esportiva internacional podem ganhar visibilidade global, mas também enfrentam críticas pela baixa utilização posterior das arenas construídas (Gaffney, 2015). Em contrapartida, destinos de menor porte, como Bonito (MS) e Brotas (SP), mostraram que eventos de médio porte – corridas de aventura e canoagem, por exemplo – podem integrar esporte, turismo e natureza, fortalecendo o fluxo turístico em períodos de baixa temporada (Beni, 2006).

Exemplos internacionais reforçam esse cenário. Chalip e McGuirly (2004) analisaram a Nova Zelândia, país que, mesmo com limitações de infraestrutura, utilizou eventos esportivos para projetar sua imagem global, articulando esporte e turismo como elementos de identidade nacional. Situação semelhante ocorreu na África do Sul com a Copa de 2010, cujos legados foram mais perceptíveis na inclusão social e na projeção internacional do que na infraestrutura esportiva (Cornelissen, 2011).

Essas experiências evidenciam que o turismo de esportes pode desempenhar papel estratégico no fortalecimento econômico, social e cultural de destinos emergentes, desde que apoiado em planejamento consistente, políticas públicas articuladas e participação comunitária. Nesse sentido, Pereira e Eichenberg (2016) ressaltam que o turismo de esportes também contribui para mitigar a sazonalidade, uma vez que sua realização não depende diretamente de condições climáticas ou períodos de férias, sendo ideal para períodos de baixa demanda turística. Cortinhas (2016) acrescenta que a integração entre esporte e turismo tem se mostrado uma fórmula de sucesso em destinos consolidados.

Investimentos em planejamento sustentável permitem que cidades-sede aumentem sua atratividade, promovam inclusão social, valorizem a cultura local e diversifiquem a economia. A indústria global do turismo de esportes está em expansão, com eventos esportivos atraindo visitantes, gerando empregos temporários e permanentes, e estimulando setores como hotelaria, alimentação, transporte e comércio (Morgan *et al.*, 2021). Além disso, tais eventos podem fortalecer a identidade cultural local, incentivar práticas esportivas e fomentar o orgulho comunitário.

Nesse contexto, Aracaju desponta como um destino com potencial significativo. Sua infraestrutura esportiva revitalizada, relevo plano e recursos naturais pouco explorados oferecem condições favoráveis para integrar esporte, turismo e sustentabilidade. Como observa Tenório (2019), eventos esportivos podem gerar ganhos sazonais para inúmeras famílias e ampliar a visibilidade do destino.

Além de seu valor prático para o desenvolvimento local, este estudo busca preencher lacunas na literatura sobre o turismo de esportes em destinos emergentes no Brasil, oferecendo um olhar aprofundado sobre os desafios e oportunidades em contextos de infraestrutura limitada, planejamento e gestão. A análise das estratégias aplicáveis a Aracaju contribui para compreender como tais desafios podem ser superados por meio de um planejamento adaptado, enriquecendo os modelos teóricos existentes sobre resiliência e adaptação de destinos turísticos.

Portanto, o tema “Turismo de Esportes em Aracaju: Um Vetor para o Desenvolvimento Socioeconômico, Cultural e Ambiental” mostra-se relevante e oportuno, pois alia contribuições

teóricas ao avanço prático, fornecendo subsídios para a formulação de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento equilibrado e sustentável, com benefícios tanto para os habitantes locais quanto para os visitantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A revisão teórica desta dissertação oferece uma análise abrangente sobre o TE, abordando conceitos fundamentais, impactos, gestão, planejamento estratégico e perspectivas futuras desse segmento. O TE tem se destacado como uma ferramenta de desenvolvimento socioeconômico, especialmente para destinos que buscam se consolidar como polos turísticos globais (Gibson, 1998; Getz, 2008b; Chalip; McGuirty, 2004).

Inicialmente, são apresentados os fundamentos do turismo e do turismo de esportes, evidenciando que este último se caracteriza por deslocamentos motivados pela prática ou pelo acompanhamento de atividades esportivas, englobando desde eventos comunitários até competições de nível internacional (Getz, 2008a; Gibson, 1998). De acordo com Beni (2006), o turismo deve ser compreendido como um sistema integrado, no qual os fluxos turísticos interagem com o território, a economia e a cultura local. Essa visão sistêmica é essencial para compreender o papel do turismo de esportes no contexto do desenvolvimento territorial e da gestão estratégica de destinos, convergindo com Kotler, Bowen e Makens (2010), que defendem a necessidade de alinhar produtos, experiências e políticas públicas à dinâmica da demanda turística.

Na sequência, o turismo de esportes é abordado como um fenômeno complexo, gerador de impactos multidimensionais que se estendem pelas esferas socioeconômica, cultural e ambiental. Sua análise demanda uma abordagem rigorosa para a formulação de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento sustentável, que considerem tanto os benefícios econômicos, como o aumento do gasto turístico e o desenvolvimento de infraestruturas, quanto os desafios relacionados à superestimação de legados e aos custos associados a grandes eventos.

Adicionalmente, o TE influencia a interação entre visitantes e comunidades anfitriãs, a valorização cultural e a promoção da inclusão social, ao mesmo tempo em que impõe a necessidade de gestão ambiental responsável. O sucesso e a sustentabilidade desse segmento dependem, portanto, de um planejamento estratégico integrado, da participação comunitária e da adoção de práticas que priorizem a responsabilidade socioambiental, mitigando impactos negativos e garantindo legados duradouros, especialmente em um cenário pós-pandêmico que reforça a urgência da resiliência e da sustentabilidade.

No tocante a gestão, planejamento e governança do TE foi abordado que eles emergem como pilares axiomáticos e indissociáveis para o desenvolvimento sustentável do Turismo de Esportes (TE), em virtude de sua natureza multifacetada e interdisciplinar. Enquanto a gestão eficaz se concentra na transformação de recursos em resultados por meio da coordenação e liderança, a administração engloba as funções clássicas de planejar, organizar, dirigir e controlar, assegurando o uso racional dos recursos. No âmbito do TE, o planejamento estratégico, que se desdobra em níveis estratégico, tático e operacional, é complexificado pela multiplicidade de *stakeholders* e exige uma abordagem sistêmica e proativa para garantir a competitividade e a resiliência dos destinos. A governança multissetorial, que articula atores governamentais, privados, acadêmicos e a sociedade civil organizada, juntamente com a atuação estratégica de DMOs (Destination Management Organizations), é fundamental para harmonizar interesses, otimizar recursos e mitigar desafios como a fragmentação institucional, assegurando a consecução de objetivos coletivos e a sustentabilidade de longo prazo do segmento.

Por fim, são discutidas as perspectivas futuras do turismo de esportes que indicam um crescimento significativo e resiliente, impulsionado pela demanda por experiências, bem-estar e estilos de vida ativos, projetando-o como um dos segmentos mais promissores do turismo global. Contudo, esse desenvolvimento requer inovação, adaptabilidade e um forte compromisso com a sustentabilidade. O planejamento estratégico do TE deve focar em expectativas realistas, engajamento comunitário, legados duradouros e a integração de tecnologias digitais para otimizar a experiência e a gestão. Em consonância com o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2024-2027 e alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, o futuro do TE dependerá da capacidade de promover uma governança participativa, investimentos em infraestrutura sustentável e o desenvolvimento de produtos que celebrem a diversidade cultural e natural, transformando-o em um vetor ético de desenvolvimento socioeconômico e ambiental.

Essa revisão teórica fornece os fundamentos necessários para a análise do Turismo de Esportes em Sergipe, propondo estratégias para fortalecer esse setor e potencializar suas contribuições para o desenvolvimento local.

2.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO TURISMO E TURISMO DE ESPORTES

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2020) define o turismo como um fenômeno social, cultural e econômico relacionado ao deslocamento de pessoas para fora de seu ambiente

habitual. Nesse contexto, no Brasil, o Ministério do Turismo busca aprimorar a gestão por meio da segmentação do mercado, conforme o Caderno de Segmentação lançado em 2010 (Brasil, 2010). Contudo, segmentos como o Turismo de Esporte ainda carecem de incentivo estruturado, especialmente em função da dependência de emendas parlamentares, o que fragmenta os investimentos e limita ações de médio e longo prazo (Brasil, 2023b). Essa necessidade de políticas estruturadas é ressaltada por Beni (2006) e Camargo (2004b), ao enfatizarem a importância da integração entre planejamento, cultura local e desenvolvimento territorial para o sucesso do turismo.

Segundo Beni (2006), o turismo pode ser entendido como um sistema em que diversos elementos interagem de forma sinérgica, incluindo atrativos, infraestrutura, agentes econômicos, comunidade local e políticas públicas. Dessa maneira, essa abordagem sistêmica reforça a importância de políticas consistentes e estratégias integradas, especialmente no turismo esportivo, que exige articulação intersetorial entre esporte, turismo e cultura, convergindo com os princípios de gestão estratégica defendidos por Mintzberg (2004) e Drucker (2001).

O turismo de esportes pode ser definido como todo deslocamento motivado por eventos, práticas ou celebrações esportivas. Conforme Gibson (1998), os turistas esportivos podem ser classificados em três categorias: os ativos (participantes), os de eventos (espectadores) e os nostálgicos (motivados por história e memória esportiva). Essa tipologia ajudou a consolidar o TE como um campo de estudo com identidade própria, voltado à compreensão dos diferentes perfis de demanda, o que é corroborado por Getz (2008b) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020), ao destacarem a diversidade de motivações individuais e coletivas do turismo esportivo.

No contexto sergipano, dados atualizados do Sistema de Inteligência Turística de Sergipe (SISTUR, 2024) demonstram o crescente protagonismo do turismo de esportes na movimentação turística do estado. Em 2024, Sergipe sediou aproximadamente 20 eventos esportivos de porte regional, nacional e internacional — entre eles, o Ironman 70.3, que atraiu cerca de 4 mil pessoas, entre atletas e acompanhantes de 12 países. Dessa maneira, o impacto desses eventos é perceptível na economia local e na consolidação da imagem de Aracaju e do estado como destinos esportivos emergentes no Brasil, reforçando as observações de Preuss (2008a) sobre os efeitos econômicos positivos do turismo de eventos.

O turismo esportivo, anteriormente considerado um nicho, tem se consolidado como um segmento estratégico de alto potencial para o desenvolvimento regional. Esse crescimento é evidenciado por dados recentes que destacam o impacto econômico e a profissionalização do setor. No Brasil, o turismo esportivo tem demonstrado um crescimento significativo, por

exemplo, em 2025, o Ceará registrou um aumento de 17,6% no número de turistas no segmento de esportes à vela, como *kitesurf* e *windsurf*, em comparação com o ano anterior. Esse crescimento reflete a crescente demanda por experiências esportivas especializadas e a capacidade do estado de se posicionar como destino de referência nesse segmento (Nordeste Informa, 2025), alinhando-se à perspectiva de Kaplanidou e Gibson (2020) sobre a relevância de eventos bem estruturados para o *branding* de destinos.

Além disso, o mercado global de turismo esportivo também apresenta uma expansão notável. Em 2024, o valor de mercado foi estimado em US\$ 1.731,43 bilhões, com previsão de crescimento para US\$ 1.821,46 bilhões em 2025, evidenciando, portanto, uma tendência de valorização contínua do segmento (Business Research Insights, 2025). Esse cenário é impulsionado por fatores como o legado de megaeventos esportivos realizados no Brasil, como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos Rio 2016, que melhoraram a infraestrutura esportiva e aumentaram a visibilidade internacional do país (Mercado e Eventos, 2025), o que reforça a relevância do planejamento estratégico e da integração comunitária defendidos por Chalip e McGuirly (2004) e Camargo (2004b).

No contexto sergipano, os dados do SISTUR indicam que o fluxo turístico total do estado alcançou aproximadamente 1,516 milhão de visitantes em 2024, com um crescimento de 8,4% em relação ao ano anterior. Consequentemente, esse aumento reflete a crescente atratividade de Sergipe como destino turístico, incluindo a realização de eventos esportivos de porte regional, nacional e internacional, como o Ironman 70.3, que atraiu cerca de 4 mil pessoas de 12 países (SISTUR, 2024).

Diante desse panorama, Aracaju tem a oportunidade de aproveitar o potencial do turismo esportivo para impulsionar seu desenvolvimento econômico, social e cultural. Investir em infraestrutura adequada, capacitação profissional e estratégias de marketing direcionadas pode posicionar a cidade como um destino competitivo no cenário nacional e internacional, promovendo a geração de emprego, renda e a valorização da identidade local, como reforçam Kotler, Bowen e Makens (2010) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020).

Esse desempenho é atribuído a uma combinação de fatores, incluindo o fortalecimento do calendário de eventos — com aumento de 13% e 1.660 eventos registrados —, ampliação da malha aérea, campanhas promocionais em mídias regionais e nacionais, e o fortalecimento institucional por meio de programas como o Cadastur, além de ações de capacitação profissional e parcerias público-privadas (SISTUR, 2024; Brasil, 2024a).

Segundo Chalip e McGuirly (2004), os destinos que almejam atrair turistas por meio de eventos esportivos devem ir além da simples promoção, criando redes de valor entre

stakeholders, fomentando vínculos com a comunidade e estimulando experiências autênticas. Camargo (2004b) acrescenta que a valorização do território e da cultura local é central para o sucesso das políticas de turismo, especialmente em segmentos como o TE.

Como destacam Getz (2008b) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020), o turismo esportivo combina motivações pessoais — como saúde, lazer e autorrealização — com elementos de consumo simbólico e experiências coletivas. Consequentemente, a gestão eficiente desse segmento requer o entendimento de que eventos esportivos podem contribuir tanto para o branding do destino quanto para o fortalecimento da economia local, corroborando as observações de Drucker (2001) sobre a importância de inovação e gestão orientada para resultados.

A existência — ou a ausência — de infraestrutura esportiva e turística adequada constitui, portanto, um pré-requisito essencial para o desenvolvimento do Turismo de Esportes. Estudos apontam que destinos inicialmente considerados “inadequados” conseguiram atingir níveis “satisfatórios” apenas após investimentos direcionados em infraestrutura, confirmando que essa é uma condição indispensável para o fortalecimento de regiões emergentes (Getz, 2008a; Hritz & Ross, 2010).

A infraestrutura de transporte, por sua vez, desempenha papel determinante, visto que a acessibilidade é um dos fatores mais relevantes para a atratividade turística em geral e, consequentemente, para o TE (Shaw & Sidaway, 2010). Além do transporte, a infraestrutura hoteleira adaptada para o turismo esportivo tem se mostrado estratégica, reforçando a sinergia entre hospitalidade e lazer esportivo (Hritz & Ross, 2010; Getz, 2008).

Outro aspecto fundamental refere-se à acessibilidade, pois eventos esportivos inclusivos exigem estruturas adequadas para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, cuja ausência é apontada como uma falha recorrente no planejamento de eventos no Brasil (Beni, 2006; Camargo, 2004). A literatura também destaca que a infraestrutura exerce impacto direto sobre a satisfação do visitante e sobre o fortalecimento do turismo sustentável (Getz, 2008a; Hritz & Ross, 2010).

Desse modo, Getz (2008b) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020) ressaltam que o turismo esportivo, além de atender a motivações pessoais ligadas à saúde, lazer e autorrealização, é também uma experiência coletiva e simbólica que fortalece o branding do destino e dinamiza a economia local, desde que apoiada em infraestrutura sólida e bem planejada. No caso de Aracaju, investir em infraestrutura esportiva e turística — que abrange arenas, centros esportivos, transporte acessível e rede hoteleira especializada — é condição essencial para que

o destino se consolide como referência no turismo de esportes, corroborando as orientações de Chalip e McGuirly (2004) e Kaplanidou e Gibson (2020).

Por fim, o turismo esportivo não deve ser analisado isoladamente, mas como parte de uma cadeia complexa que envolve mobilidade, cultura, mídia, desenvolvimento urbano e hospitalidade (Kotler; Bowen; Makens, 2010). Para que Sergipe continue crescendo nesse cenário, é essencial que os planejadores compreendam essas interconexões e as traduzam em estratégias sustentáveis e de longo prazo, alinhadas aos princípios de gestão estratégica e territorial defendidos por Mintzberg (2004) e Camargo (2004b).

2.2 IMPACTOS MULTIDIMENSIONAIS DO TURISMO DE ESPORTES

O TE gera impactos multidimensionais, abrangendo as esferas econômica, sociocultural e ambiental. A análise rigorosa dessas interações é fundamental para a formulação de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento sustentável (Beni, 2006; Camargo, 2004b).

Economicamente, o Turismo de Esportes (TE) atua como um vetor relevante de desenvolvimento local e regional. Gibson (1998) demonstrou que turistas motivados por eventos esportivos tendem a apresentar maior gasto per capita e períodos de permanência mais longos, contribuindo para o dinamismo da economia local por meio do consumo em setores como hospedagem, alimentação, transporte, lazer e comércio, além da geração de empregos diretos e indiretos. Esse efeito multiplicador é especialmente significativo em cidades que conseguem estruturar eventos de médio e grande porte de forma planejada, promovendo fluxos contínuos de visitantes e estimulando investimentos em infraestrutura turística.

Entretanto, uma perspectiva crítica é fundamental. Solberg e Preuss (2007) alertam que os benefícios econômicos atribuídos a megaeventos esportivos frequentemente são superestimados, enquanto custos operacionais, impactos ambientais e sociais são subestimados. Isso evidencia a importância de avaliações detalhadas de custos, riscos e retornos econômicos, evitando expectativas irrealistas por parte de gestores públicos e privados. Preuss (2008a) reforça que a gestão estratégica de eventos deve considerar não apenas os efeitos imediatos, mas também o legado econômico de médio e longo prazo, incluindo a manutenção da infraestrutura, o desenvolvimento de capital humano local e a sustentabilidade financeira. Assim, embora o TE represente uma oportunidade significativa de crescimento econômico, sua efetividade depende de planejamento criterioso, monitoramento contínuo e políticas integradas que equilibrem benefícios econômicos com custos e impactos associados.

Em contraste, Hritz e Ross (2010) evidenciaram que a realização de eventos esportivos promove o desenvolvimento de infraestruturas, incluindo instalações esportivas, meios de hospedagem e sistemas de transporte. Tais melhorias beneficiam a comunidade local mesmo após o término dos eventos, fomentando a diversificação econômica e a resiliência regional (Getz, 2008a; Kaplanidou; Gibson, 2020).

O Plano Nacional de Turismo (PNT) 2024-2027 reconhece o TE como um instrumento de alavancagem econômica e inclusão social. Ao estabelecer metas como o aumento de 3 milhões de postos de trabalho formais e a elevação da receita cambial, e ao focar no desenvolvimento e inserção produtiva de pessoas e na inovação e transformação digital, o PNT busca, implicitamente, mitigar os riscos de projeções irrealistas por meio de planejamento e monitoramento rigorosos (Brasil, 2024a; Kotler; Bowen; Makens, 2010).

A dimensão sociocultural dos impactos do TE reside na interação entre visitantes e comunidades anfitriãs. Camargo (2004b) enfatiza que o desenvolvimento de segmentos turísticos deve priorizar a centralidade dos territórios e das práticas sociais, respeitando as especificidades locais e a identidade cultural. Essa abordagem é particularmente relevante no TE, onde as atividades esportivas frequentemente se mesclam com tradições regionais.

O estudo de Carraro (2009) investigou a convergência entre turismo cultural e eventos desportivos, especificamente o potencial inexplorado dos clubes de futebol para o desenvolvimento turístico local, utilizando a Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul (S.E.R. Caxias) como objeto de análise. A pesquisa revelou que, apesar do significativo interesse público e da mobilização de visitantes gerada por eventos desportivos, há uma lacuna na formalização de programas de visitação. As conclusões apontam que a valorização do patrimônio histórico dos clubes, aliada a investimentos em infraestrutura e iniciativas de resgate da memória, poderia catalisar o turismo cultural, transformando instalações desportivas em atrativos e fortalecendo a identidade regional. Contudo, desafios como subutilização, reconhecimento limitado do futebol como ativo turístico, primazia dos resultados esportivos sobre iniciativas turísticas, ausência de programas estruturados de visitação, pessoal não qualificado, precariedade na preservação do acervo histórico, falta de autonomia financeira e insuficiente engajamento da diretoria e comunidade dificultam a materialização dessas propostas (Carraro, 2009).

Chalip e McGuirty (2004) propõem que os impactos positivos do TE são amplificados por uma articulação eficaz entre os setores público e privado, aliada a um engajamento robusto da comunidade local. Essa sinergia facilita a implementação de estratégias de alavancagem, transformando impactos pontuais em legados duradouros. A aceitação e a percepção da

comunidade são cruciais para o êxito de eventos esportivos, conforme Ritchie, Shipway e Cleeve (2009), que defendem um planejamento participativo. Mais recentemente, De Carlos, Alén e Fraiz (2020) corroboram essa perspectiva, argumentando que os efeitos do TE transcendem a mensuração econômica, devendo incluir o valor percebido pela comunidade local, a qualidade das experiências e a sustentabilidade das ações.

Os eventos de TE, especialmente os de grande escala ou que utilizam intensivamente ambientes naturais e urbanos, acarretam desafios ambientais substanciais. A gestão desses eventos exige responsabilidade na mitigação de impactos negativos. Beni (2006), juntamente com Kotler, Bowen e Makens (2010), argumentam que os impactos benéficos do TE, como geração de renda e promoção cultural, só são sustentáveis se acompanhados de gestão colaborativa, planejamento estratégico e avaliação contínua, com compromisso integral com a responsabilidade socioambiental. Getz (2008a) enfatiza a incumbência dos gestores na atenuação desses impactos, preconizando práticas sustentáveis, como minimização de resíduos e promoção de mobilidade de baixo carbono.

O TE tem demonstrado ser um mecanismo eficaz na redução da sazonalidade em destinos turísticos. Higham (1999) apontava que eventos esportivos, quando estrategicamente planejados e distribuídos ao longo do ano, podem sustentar uma demanda constante de visitantes, atenuando as flutuações sazonais. Getz (2008) reforça que o TE se configura como alternativa viável para minimizar efeitos da sazonalidade, possibilitando a atração de fluxos turísticos em períodos de baixa temporada.

Estudos de Tomazzoni e Costa (2015), sobre gestores de organizações turísticas em São Paulo, indicaram que, apesar da significativa concentração de entidades do setor, a cooperação entre atores poderia ser aprimorada para mitigar a sazonalidade e incrementar o fluxo turístico. Corroborando essa perspectiva, Tenório (2019), ao analisar o impacto de eventos esportivos em Ouro Preto/MG, demonstrou a eficácia de eventos competitivos como estratégia para combater a sazonalidade turística, analisando o retorno gerado para a cidade e a comunidade.

Sob a ótica social e cultural, o TE desempenha papel fundamental na valorização da cultura local, no fomento ao intercâmbio cultural entre visitantes e residentes e na promoção da inclusão social e desenvolvimento comunitário. Mandela (2000) ressaltava o poder do esporte em unir e inspirar indivíduos, além de incentivar hábitos saudáveis. A realização de eventos esportivos também estimula o envolvimento da comunidade local em atividades físicas, contribuindo para a saúde e bem-estar da população (Chalip, 2006; Getz, 2008a).

Um estudo recente de Pahrudin et al. (2023) investigou a percepção da população local sobre a organização do MotoGP na Indonésia, utilizando a Teoria da Troca Social (SET) e um

modelo SEM-PLS. Concluiu que as percepções econômicas, sociais e culturais impactam positivamente o turismo e a imagem do destino, sublinhando a importância de integrar a comunidade local no planejamento de grandes eventos esportivos.

A gestão sustentável de eventos esportivos e do turismo é imprescindível para mitigar impactos ambientais adversos. Beni (2006) e Camargo (2004) enfatizam a necessidade de integrar práticas que conciliem progresso econômico e social com conservação ambiental. A vulnerabilidade do setor de turismo a crises globais foi acentuada pela pandemia de COVID-19, e Gössling, Scott e Hall (2020) destacam a necessidade de priorizar sustentabilidade e resiliência em detrimento de crescimento puramente volumétrico.

Neste cenário, as perspectivas futuras do turismo esportivo dependem da capacidade do setor de adaptar-se às novas realidades, adotando práticas mais sustentáveis, diversificando mercados e produtos e priorizando segurança e bem-estar de turistas e comunidades. Maracajá e Fraga (2023) reforçam a importância de alinhar a atividade turística aos pilares da Agenda 2030, integrando ODS à gestão de eventos.

O estudo de Mazza (2025) investigou o comportamento do consumidor em eventos de participação ativa, analisando relações entre qualidade do serviço, valor percebido, satisfação, place attachment e intenções comportamentais de turistas esportivos, utilizando modelagem SEM em eventos de Armação de Búzios-RJ. Os resultados mostraram que a satisfação com o evento é um forte preditor das intenções comportamentais, enquanto a qualidade do serviço influencia o valor percebido e o place attachment, que por sua vez impactam a satisfação e o comportamento futuro dos participantes.

Diante do contexto acima acerca dos impactos multidimensionais do TE, esse segmento turístico emerge como um fenômeno complexo e multifacetado, gerando impactos significativos nas dimensões econômica, sociocultural e ambiental (Beni, 2006; Camargo, 2004b; Getz, 2008a; Chalip; McGuirly, 2004). A literatura tradicional evidencia que o sucesso e a sustentabilidade do TE dependem de uma abordagem integrada e estratégica, com planejamento participativo, avaliação contínua dos impactos e priorização da responsabilidade socioambiental, reforçada por reflexões recentes pós-pandemia (Gössling; Scott; Hall, 2020; Maracajá; Fraga, 2023). Contudo, autores do campo dos estudos críticos do turismo alertam para os limites da sustentabilidade em larga escala, especialmente em megaeventos esportivos. Hall e Higham (2005) destacam que muitas iniciativas de sustentabilidade permanecem simbólicas, voltadas mais à imagem do que a impactos concretos, enquanto Mowforth e Munt (2016) enfatizam a persistente tensão entre crescimento econômico, preservação ambiental e justiça social, evidenciando que benefícios prometidos frequentemente não se distribuem

equitativamente entre comunidades locais. Além disso, Gursoy e Kendall (2006) apontam que a promoção de eventos esportivos em grande escala pode gerar impactos socioambientais não mitigáveis, como degradação de ecossistemas e aumento da desigualdade, sugerindo a necessidade de abordagens mais críticas e realistas sobre os limites do desenvolvimento sustentável no turismo esportivo. Assim, a consolidação do TE como vetor de desenvolvimento deve incorporar não apenas metas de eficiência econômica e ambiental, mas também reflexões profundas sobre equidade, governança e impactos de longo prazo para as comunidades anfitriãs.

2.3 GESTÃO, PLANEJAMENTO E DO TURISMO DE ESPORTE

A gestão e o planejamento estratégico constituem pilares axiomáticos para o desenvolvimento sustentável do TE, dada a natureza multifacetada e interdisciplinar intrínseca a este segmento (Gibson, 1998; Getz, 2008a). O êxito das intervenções nesse domínio não se manifesta fortuitamente, mas emana de um processo deliberado que envolve decisões estruturadas, controle parcimonioso de recursos e articulação de competências direcionadas à consecução de resultados substantivos. Nesse sentido, a gestão eficaz, conforme postulado por Chiavenato (2021a), é o mecanismo pelo qual recursos diversos — sejam eles humanos, financeiros, tecnológicos ou informacionais — são transmutados em produtos tangíveis, atuando como o motor propulsor do desenvolvimento organizacional. A função do gestor, nesse panorama, é imperativa, abarcando a coordenação sinérgica de ações, a liderança de equipes multidisciplinares e a integração estratégica para a concretização de objetivos coletivos.

A administração, embora frequentemente utilizada em uma convergência conceitual com gestão, distingue-se por referir-se ao emprego racional e eficiente dos recursos organizacionais visando o alto desempenho. Chiavenato (2021b) ressalta que a administração engloba as funções clássicas de planejar, organizar, dirigir e controlar, estabelecendo a fundamentação científica que subsidia o processo prático da gestão. Historicamente, desde o início do século XXI, autores como Dias (2002) já apontavam para a intercambialidade pragmática desses termos no contexto organizacional, apesar de suas nuances conceituais. No âmbito do turismo, a gestão de destinos assume um papel central na coordenação dos múltiplos elementos constitutivos — como atrativos, infraestrutura, imagem e serviços — e na harmonização dos interesses dos diversos *stakeholders* envolvidos. Morrison (2024) sublinha que a gestão de destinos deve ser intrinsecamente estratégica, buscando a otimização da competitividade, a promoção da sustentabilidade e a provisão de experiências satisfatórias para os visitantes, concomitantemente ao fomento do desenvolvimento local.

A complexidade do planejamento manifesta-se nos diferentes níveis hierárquicos de uma organização, conforme Chiavenato (2021a), que distingue o planejamento estratégico (longo prazo, abrangente), tático (médio prazo, departamental) e operacional (curto prazo, tarefas específicas). A seleção do tipo de planejamento mais adequado é influenciada por diversos fatores, como a complexidade do objeto de estudo, o horizonte temporal para sua execução, o nível de detalhamento requerido e a disponibilidade de recursos (Brasil, 2007). Embora o planejamento estratégico de um destino turístico compartilhe a finalidade de estabelecer diretrizes e objetivos de longo prazo com o de uma organização — abrangendo a totalidade dos recursos e atividades para resultados globais —, ele apresenta particularidades significativas. A principal delas reside na complexa rede de *stakeholders* envolvidos, que demanda um esforço singular de articulação, negociação e colaboração entre múltiplos atores públicos, privados e da sociedade civil, conferindo ao processo uma natureza intrinsecamente participativa e consensual.

No que tange ao planejamento estratégico, Drucker (2001) o conceitua como um processo sistemático de tomada de decisões fundamentadas em projeções futuras, viabilizando a antecipação de mudanças e a orientação da alocação de recursos de forma eficaz. Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000) complementam essa perspectiva, indicando que o planejamento transcende a mera análise racional, incorporando a visão estratégica, a capacidade de adaptação e o aprendizado contínuo — atributos indispensáveis em setores dinâmicos como o turismo de esportes. Para Oliveira (2016), o plano estratégico deve estruturar metas, diretrizes, ações e indicadores de desempenho, servindo como um guia precípua para a atuação coordenada entre agentes públicos, privados e a sociedade civil. Essa concepção corrobora a perspectiva de Beni (2006, 2012), que enfatiza a compreensão do turismo como um sistema integrado, no qual os fluxos turísticos interagem com a complexa dinâmica territorial, econômica e cultural, exigindo a formulação de estratégias articuladas e uma visão sistêmica.

Ainda sob a égide da perspectiva de Beni (2012), a gestão do turismo deve ser concebida a partir de uma abordagem sistêmica, compreendendo o destino turístico como um sistema complexo e dinâmico, composto por múltiplos elementos interligados e interdependentes. Isso implica que cada componente — desde a infraestrutura e os serviços até os atores envolvidos (públicos, privados e comunidade) e os impactos (socioeconômicos, culturais e ambientais) — opera em constante interação, e uma alteração em um deles reverbera por todo o sistema. Complementarmente, Beni (2012) ressalta a necessidade de uma postura proativa no desenvolvimento de destinos. Essa proatividade se traduz na antecipação de tendências, na identificação de oportunidades e na mitigação de ameaças, em vez de uma mera reação a

eventos. Para o autor, um planejamento que integra essas duas dimensões — sistêmica e proativa — é fundamental para assegurar a sustentabilidade, a competitividade e a resiliência do destino turístico a longo prazo, otimizando a alocação de recursos e promovendo um desenvolvimento equilibrado e coeso.

Em reforço a essa visão, a obra de Liberato e Vieira (2021), “Planejamento municipal do turismo: estratégias e práticas”, aprofunda a discussão sobre a relevância e as metodologias inerentes ao planejamento estratégico do turismo no âmbito municipal. Os autores destacam a imperatividade de uma abordagem sistemática e integrada para o desenvolvimento turístico local, concebendo o turismo não apenas como um motor econômico, mas como um vetor de desenvolvimento social e cultural. Eles enfatizam que o planejamento municipal do turismo deve transcender a visão meramente setorial, incorporando uma perspectiva holística que abranja os diversos *stakeholders* e as inter-relações entre o turismo e outras esferas da gestão pública e privada, visando a otimização de recursos e a minimização de impactos negativos.

Liberato e Vieira (2021) detalham estratégias e práticas essenciais para a efetivação desse planejamento, abordando desde a fase de diagnóstico e levantamento de potencialidades e gargalos até a formulação de planos de ação, monitoramento e avaliação. Os autores salientam a importância da participação popular e da construção de consensos entre os atores envolvidos para garantir a legitimidade e a exequibilidade das propostas.

Em síntese, e em consonância com as perspectivas de Liberato e Vieira (2021) e Beni (2012), o processo de planejamento estratégico do turismo em nível municipal desdobra-se em fases interligadas e iterativas:

- I. Diagnóstico e Análise da Realidade Local: Etapa inicial e fundamental para a construção de uma base de conhecimento sobre o destino. Compreende o levantamento exaustivo do cenário turístico, a identificação de potencialidades, atrativos, infraestrutura e serviços existentes, bem como o mapeamento de gargalos, desafios e a avaliação dos impactos socioambientais e econômicos, frequentemente utilizando a análise SWOT para fundamentar decisões futuras.
- II. Formulação e Definição de Objetivos e Estratégias: Com base no diagnóstico, esta fase dedica-se à definição de objetivos claros de curto, médio e longo prazo para o desenvolvimento turístico municipal. A partir deles, elaboram-se estratégias e linhas de ação específicas. A construção de consensos e a participação de múltiplos *stakeholders* (poder público, iniciativa privada, comunidade local) são cruciais para a legitimidade e exequibilidade das propostas.

- III. Implementação das Ações Planejadas: Corresponde à execução prática das estratégias e projetos definidos no plano. Envolve a alocação de recursos (financeiros, humanos, tecnológicos), a coordenação entre os diferentes atores, o estabelecimento de parcerias e a operacionalização das atividades. Transforma o planejamento conceitual em ações concretas, exigindo capacidade gerencial e articulação interinstitucional.
- IV. Monitoramento e Avaliação: Fase contínua e essencial para verificar o progresso das ações, medir o alcance dos objetivos, identificar desvios e analisar a efetividade das estratégias. Permite ajustes e realinhamentos estratégicos ao longo do tempo, assegurando a adaptabilidade do plano às dinâmicas do ambiente e a otimização dos resultados, por meio de indicadores de desempenho e mecanismos de *feedback*.

Para Liberato e Vieira (2021), essas fases são concebidas como parte de um processo dinâmico, iterativo e participativo, onde a comunicação e a colaboração entre os diversos atores são componentes cruciais em todas as etapas.

Adicionalmente, um plano de turismo, enquanto documento fundamental, estabelece diretrizes e um conjunto integrado de ações visando o desenvolvimento do setor em um determinado território. Sua abrangência pode variar de escalas nacionais (como o Plano Nacional de Turismo – PNT 2024-2027, BRASIL, 2024), estaduais e regionais, até municipais ou setoriais (GETZ, 2008; HRITZ; ROSS, 2010).

Para impulsionar o turismo em um município, o processo se inicia idealmente com a criação de uma legislação que estabeleça a política municipal de turismo, seguida pela elaboração do plano municipal de turismo, também conhecido como plano estratégico de desenvolvimento turístico. Este último define a visão de longo prazo (geralmente com horizonte quadrienal), objetivos gerais e diretrizes para o crescimento sustentável do setor, considerando aspectos como sustentabilidade, competitividade, posicionamento de mercado e impactos socioeconômicos (Diniz Filho, 2017).

Subordinado ao plano municipal, o plano diretor de turismo estabelece as políticas, estratégias e ações necessárias para alcançar as metas definidas previamente, abrangendo temas cruciais como zoneamento turístico, infraestrutura, capacitação profissional, legislação e investimentos. É relevante notar que a nomenclatura desses documentos pode variar entre os municípios, mas seu propósito central permanece o mesmo: delinear estratégias e ações que promovam o crescimento sustentável da atividade turística na localidade (Turismo Spot, 2019). A partir desses planos norteadores, são desenvolvidos instrumentos de caráter mais tático e operacional, como o plano de marketing turístico, que define estratégias e ações concretas para a promoção e comercialização do destino, a segmentação do mercado, o posicionamento da

marca e a atração de visitantes, contribuindo para o alcance dos objetivos estabelecidos nos níveis hierárquicos superiores do planejamento.

A governança multissetorial emerge como um construto fundamental para o desenvolvimento sustentável do turismo, particularmente em segmentos especializados como o Turismo de Esportes (TE). Este modelo de gestão preconiza a colaboração sinérgica entre atores governamentais, a iniciativa privada, o terceiro setor, a academia e a sociedade civil organizada, visando à integração de múltiplos níveis decisórios e operacionais. No contexto do TE, tal abordagem é imperativa para a harmonização de interesses, a otimização de recursos e a maximização de impactos socioeconômicos positivos, especialmente em urbes que capitalizam o esporte como catalisador turístico. Conforme postulado por Hall (2011) e Beni (2006), a governança turística transcende a mera gestão, configurando-se como um processo colaborativo que fomenta a coordenação de políticas públicas, a alocação equitativa de responsabilidades e a consecução de objetivos coletivos, mitigando a fragmentação de iniciativas e fortalecendo a resiliência setorial.

Em complemento a essa perspectiva teórica, o estudo de Oliveira et al. (2022), intitulado "Análises da governança turística com base nas visões de ex-ministros do turismo do Brasil", oferece uma análise empírica da governança turística brasileira. A pesquisa investiga as percepções de ex-ministros do turismo, contextualizando-as nos períodos pré e pós-institucionalização do Ministério do Turismo (MTur) em 2003. A questão central que norteia a investigação é a correlação entre os processos de transição de cargos e a efetividade das políticas públicas de turismo. Conceitualmente, a obra delinea a governança como um modelo de gestão caracterizado pela descentralização do poder, pela gestão democrática e participativa, e pela incorporação de interesses sociais e privados, ao mesmo tempo em que aborda os desafios inerentes à governança tradicional, os modelos propostos por Hall (2011) e o papel da metagovernança. A metodologia empregada é de natureza qualitativa, sustentada por uma vasta revisão bibliográfica e entrevistas estruturadas com treze ex-ministros do turismo e Mário Carlos Beni, do Conselho Nacional do Turismo, cujas narrativas foram submetidas à Análise de Conteúdo categorial de Bardin.

Os resultados obtidos por Oliveira et al. (2022) revelam a criticidade da reavaliação institucional para a otimização do desenvolvimento turístico. Embora persista a ausência de consenso acerca da descontinuidade de projetos em decorrência da alta rotatividade ministerial, há uma convergência de opiniões sobre as severas restrições orçamentárias. Beni, em sua entrevista, ressalta que a volatilidade política precariza o setor, que é percebido como política de governo e não como política de Estado. A gestão participativa é veementemente enfatizada

pela importância da clusterização e das Instituições Regionais de Governança (IGR), bem como pelo diálogo tríplice entre poder público, setor privado e academia. A sustentabilidade é identificada como um desafio proeminente, com Beni afirmando a insuficiência do Brasil neste aspecto. Não obstante as crises e limitações, o MTur evidencia estabilidade e contribui para a institucionalização do turismo, prevalecendo um modelo de governança predominantemente hierárquico, contudo, com indícios de metagovernança por parte de outros atores.

Complementarmente, a compreensão da governança turística em escala local é aprofundada pelo artigo "A Participação Plural no Contexto da Governança do Turismo de Curitiba/PR", de Feger et al. (2024). Este estudo objetiva analisar a participação dos residentes (mediata e imediata) no desenvolvimento turístico de Curitiba, contextualizada pelas políticas nacionais de descentralização e participação social. A indagação central do estudo é qual a extensão da participação dos residentes curitibanos nas decisões concernentes às políticas de desenvolvimento turístico municipal. Conceitualmente, a governança turística é abordada como um processo que demanda participação plural, transcendendo um modelo de gestão para englobar o compartilhamento de poder, a democracia, a cooperação e a transparência entre os diversos atores sociais. A metodologia adotada constitui-se de um estudo de caso qualitativo e descritivo, empregando pesquisa bibliográfica e análise documental em canais de comunicação da Prefeitura Municipal de Curitiba, como a Central 156, o Facebook da PMC, o Fale Conosco do Instituto Municipal de Turismo, o Programa Fala Curitiba e o Conselho Municipal de Turismo de Curitiba (COMTUR), abrangendo o período de julho de 2016 a julho de 2021.

Os resultados da pesquisa de Feger et al. (2024) evidenciaram a existência de múltiplos canais de comunicação com a população, indicando uma infraestrutura propícia à participação. Contudo, a análise da participação efetiva e plural no COMTUR revelou uma prevalência da representação do setor privado em detrimento da sociedade civil organizada, comprometendo o equilíbrio de interesses. Embora a eficácia da participação seja manifesta em canais como a Central 156, com respostas diretas a sugestões e reclamações, observa-se a lacuna de capacitação para os conselheiros do COMTUR e a aparente falta de formalização da incorporação das contribuições diretas dos cidadãos nas deliberações do conselho. O engajamento da população é notório em tópicos como tarifas da Linha Turismo, segurança e infraestrutura, corroborando seu senso de pertencimento. Em síntese, apesar da disponibilidade de canais e do engajamento popular, a governança do turismo em Curitiba demanda uma integração mais incisiva da participação imediata, transformando as contribuições dos moradores em insumos para a tomada de decisões e qualificando o processo de desenvolvimento turístico municipal.

Nesse contexto, os *Destination Management Organizations* (DMOs), ou organismos equivalentes, surgem como agentes centrais na gestão integrada do turismo, especialmente do TE. Esses organismos têm o papel de articular os interesses de governos, empresas e comunidades locais, promovendo sinergias que ampliam o impacto dos eventos esportivos e da infraestrutura turística associada. Além de coordenar ações de marketing, promoção e captação de eventos, as DMOs contribuem para o desenvolvimento de políticas públicas, a qualificação profissional e a criação de protocolos de sustentabilidade, atuando como mediadoras entre os diversos *stakeholders*.

No entanto, a governança multissetorial enfrenta desafios significativos, entre os quais se destacam a fragmentação institucional, a divergência de objetivos entre atores e a limitação de recursos financeiros e humanos. A coordenação eficiente requer mecanismos claros de comunicação, definição de responsabilidades e monitoramento de resultados, de modo a evitar sobreposição de esforços ou conflitos de interesse. Estudos indicam que a criação de fóruns de discussão, comitês gestores e conselhos consultivos pode fortalecer a cooperação, garantindo que a sociedade civil e o setor privado participem de forma efetiva das decisões estratégicas (Getz, 2019; Chalip; McGuirty, 2004).

Além disso, a implementação de contratos de cooperação, acordos de parcerias público-privadas e a adoção de indicadores de desempenho compartilhados podem contribuir para superar desafios de coordenação. Dessa forma, os modelos de governança passam a funcionar como instrumentos dinâmicos, capazes de adaptar-se às mudanças no mercado turístico, às demandas dos visitantes e às necessidades de infraestrutura e serviços. No caso do TE, essa abordagem integrada permite não apenas maximizar os impactos econômicos e sociais, mas também fortalecer a imagem do destino, atrair novos eventos e consolidar a identidade local, garantindo a sustentabilidade de longo prazo do segmento.

Portanto, o fortalecimento da governança multissetorial, aliado à atuação estratégica das DMOs e à articulação entre planejamento estratégico e operacional, constitui um elemento crucial para que cidades como Aracaju possam aproveitar plenamente o potencial do Turismo de Esportes, promovendo crescimento econômico, inclusão social e valorização cultural de forma sustentável.

Assim, a gestão e mais especificamente o planejamento do turismo de esportes devem ir além da realização pontual de eventos, incorporando práticas integradas e sustentáveis, capazes de gerar valor compartilhado para os territórios e suas comunidades. Trata-se de um processo contínuo e estratégico, que demanda visão de longo prazo, cooperação multissetorial

e sensibilidade às dinâmicas locais (Getz, 2008b; Camargo, 2004b; De Carlos; Alén; Fraiz, 2020).

2.4 PERSPECTIVAS FUTURAS DO TURISMO DE ESPORTE

As projeções para o futuro do turismo de esporte revelam um horizonte profícuo, não obstante perpassado por complexidades inerentes que demandam imperativos estratégicos de inovação, sustentabilidade e adaptabilidade frente às mutações socioeconômicas e ambientais globais. Este segmento, responsável por aproximadamente 10% do mercado turístico mundial, conforme apontado por Gibson (1998), demonstrou notável resiliência e capacidade de reinvenção diante de contingências disruptivas, como a pandemia da COVID-19. Sua ascensão é catalisada por macrotendências globais, incluindo a crescente demanda por turismo de experiência, a valorização do bem-estar e a adesão a estilos de vida ativos (Getz, 2008b; De Carlos; Alén; Fraiz, 2020).

A análise das perspectivas futuras do TE tem sido objeto de investigação aprofundada. Tomino, Perić e Wise (2020) abordaram as múltiplas dimensões de impacto de eventos esportivos, com ênfase na sustentabilidade e no planejamento estratégico. Eles apontaram que a literatura prevalente tende a focar primordialmente nos impactos econômicos, relegando outras dimensões cruciais. A valorização de elementos estratégicos de planejamento, como a participação comunitária, a gestão ambiental e a comunicação eficaz, pode gerar eventos esportivos mais sustentáveis e com legados positivos duradouros. Lacunas de pesquisa incluem a análise de impactos em comunidades anfitriãs e não-anfitriãs, bem como a correlação entre elementos estratégicos e impactos específicos (Chalip, 2006; De Carlos; Alén; Fraiz, 2020).

O delineamento futuro do turismo esportivo será, de forma crescente, orientado por estratégias que visam maximizar a proposição de valor e fortalecer as conexões emocionais entre os participantes e os destinos, em consonância com as premissas de Kotler, Bowen e Makens (2010). Tal direcionamento impõe a necessidade de investimentos estratégicos em segmentação mercadológica, diversificação da oferta e no desenvolvimento de produtos que promovam sinergias intersetoriais, integrando elementos culturais, ambientais e esportivos. Chalip e McGuirly (2004) revalidam a tese de que eventos esportivos devem ser concebidos como plataformas de alavancagem para o desenvolvimento local, condicionados a um planejamento rigoroso, engajamento comunitário robusto e a formulação de estratégias de legado tangível e intangível. Este enfoque coaduna-se com o PNT 2024-2027, que, ao prever o

aumento para 3 milhões de postos de trabalho formais no turismo até 2027 e ao enfatizar o “Desenvolvimento e inserção produtiva de pessoas” (PNT, item 4.1.2) como princípio, busca profissionalizar, estimular o empreendedorismo e fomentar a formação profissional, contribuindo diretamente para os impactos socioeconômicos positivos do setor.

No que tange ao planejamento prospectivo do turismo de esporte, Solberg e Preuss (2007) salientam a criticidade da definição de expectativas realistas quanto aos retornos econômicos e sociais dos megaeventos. Os autores argumentam que a superestimação dos benefícios e a subestimação dos custos por parte de muitas cidades-sede podem culminar em frustrações e impactos negativos de longo prazo. Consequentemente, preconizam a adoção de indicadores mais criteriosos e o fortalecimento de mecanismos de transparência e *accountability* social. A materialização desses retornos alinha-se ao compromisso do PNT com a alavancagem econômica do país, refletido nas metas de atingir 150 milhões de viagens domésticas de brasileiros e 8,1 milhões de chegadas de turistas internacionais, gerando uma receita cambial de US\$ 8,1 bilhões até 2027.

Corroborando essa perspectiva, Ritchie, Shipway e Cleeve (2009) sublinham que o êxito de eventos esportivos transcende sua mera execução técnica, sendo intrinsecamente ligado à percepção e aceitação das comunidades anfitriãs. A sustentabilidade de um evento é, para esses autores, indissociável de um planejamento participativo que contemple os impactos sociais, culturais e ambientais, além das mensurações econômicas. Essa abordagem humanizada adquire contornos ainda mais prementes frente às transformações impostas pela pandemia de COVID-19, que resultaram em restrições de mobilidade e uma reconfiguração significativa dos padrões de consumo turístico. A “Democratização do acesso ao turismo” (PNT, item 4.1.5) surge, nesse contexto, como um princípio fundamental do PNT, visando promover a inclusão social e econômica de segmentos especiais da sociedade, garantindo que os benefícios do turismo, incluindo os gerados por eventos esportivos, sejam estendidos a populações mais vulneráveis.

Gössling, Scott e Hall (2020) ressaltam que a pandemia acelerou a transição do paradigma do turismo de massa para um modelo mais consciente, responsável e resiliente. Os autores advogam pela integração dos princípios de sustentabilidade em todos os níveis da atividade turística, incluindo o segmento esportivo, frequentemente caracterizado por grandes aglomerações e potenciais impactos ambientais elevados. Para o porvir, sugerem a formulação de políticas públicas e privadas alinhadas à Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), visando a promoção de um turismo que efetivamente contribua para o bem-estar global. Em linha com essa visão, o PNT

2024-2027 adota uma abordagem holística de sustentabilidade (PNT, item 4.1.3), englobando as dimensões econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional.

Tomino, Perić e Wise (2020) reforçam essa abordagem, sustentando que o planejamento de eventos esportivos deve ser holístico, considerando não apenas os resultados econômicos imediatos, mas também os impactos de longo prazo na identidade cultural das comunidades, na morfologia do espaço urbano e na coesão social. Tal visão sistêmica é imperativa para que o turismo de esporte se configure como um vetor de inclusão e desenvolvimento sustentável. Este enfoque ressalta o princípio da “Regionalização” (PNT, item 4.1.1) no PNT, que valoriza as particularidades e potencialidades de cada região, fomentando a diversificação da oferta turística e o respeito à identidade local, crucial para a aceitação social de eventos esportivos e para a minimização de impactos culturais negativos.

No contexto brasileiro, o cenário prospectivo se mostra igualmente encorajador. Beni (2006) já enfatizava que a competitividade do turismo nacional está diretamente correlacionada à capacidade de integrar políticas públicas, governança eficaz e infraestrutura robusta, especialmente em segmentos emergentes como o turismo esportivo. Camargo (2004b) complementa essa análise, afirmando que a consolidação do turismo em seus territórios depende da implementação de estratégias territorializadas, que respeitem a diversidade cultural, os saberes locais e as dinâmicas regionais. O PNT destaca a "autenticidade e diversidade" do Brasil como destino incomparável (PNT, item 5.1), e essa riqueza cultural pode ser amplificada por meio de eventos esportivos que integram o patrimônio local, a exemplo do Afroturismo (PNT, p. 35) e do Turismo Urbano (PNT, p. 32), que promovem a vivência cultural e o reconhecimento de heranças históricas.

Maracajá e Fraga (2023) aprofundam a discussão sobre como a Agenda 2030 pode servir como arcabouço normativo-orientador para políticas e práticas mais sustentáveis no setor de eventos, incluindo os esportivos. O Brasil, dada sua intrínseca diversidade geográfica e cultural, detém um potencial singular para se destacar no cenário global, particularmente em nichos como o turismo de aventura, o ecoturismo esportivo e os eventos esportivos regionais de médio porte. Destinos como o Ceará têm demonstrado proatividade ao investir em produtos que sintetizam esporte, natureza e cultura local, atendendo a uma demanda crescente por experiências autênticas e seguras. Essa abordagem está em consonância com as preocupações ambientais do PNT, que reconhece a urgência da crise climática e propõe o “Plano de Adaptação Climática para o Turismo” (PNT, item 7.3.1.1, VI), com ações para estimular a descarbonização, a economia circular e a resiliência climática dos destinos. A sinergia entre

eventos esportivos e a conservação ambiental é vital, especialmente quando praticados em ambientes naturais, contribuindo para a redução de impactos ambientais.

A análise comparativa do perfil do turista esportivo brasileiro com o de residentes de Hong Kong, realizada por Uvinha *et al.* (2018), revela a imperatividade de estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos segmentadas. O estudo aponta que turistas brasileiros tendem a apresentar maiores matrizes de permanência e dispêndio nos destinos, enquanto os turistas de Hong Kong são predominantemente motivados pela emoção intrínseca ao evento esportivo. Ambos os grupos, contudo, convergem na valorização da segurança e da existência de atrações turísticas complementares, reforçando a necessidade de conceber o turismo de esporte como parte de uma proposição de valor agregado integrada (Kotler; Bowen; Makens, 2010).

Estudos recentes, como o de Pahrudin *et al.* (2023), reiteram que a percepção endógena da comunidade local constitui um fator determinante para o sucesso e a legitimidade dos eventos esportivos. A aceitação social, a confiança nos organizadores e a sensação de pertencimento são elementos cruciais para a edificação de um legado positivo. Isso implica não apenas investimentos em infraestrutura física, mas também em capacitação, comunicação estratégica e engajamento social, conforme preconizado por Chalip e McGuirty (2004) e Camargo (2004b).

A centralidade da inovação e da transformação digital para o futuro do turismo, conforme preconizado pelo PNT 2024-2027, estende-se de forma intrínseca ao segmento do turismo de esporte. O PNT, ao delinear a “Inovação e Transformação Digital” (PNT, item 4.1.4) como um de seus princípios e ao instituir programas como o de “Inteligência e Competitividade no Turismo” (PNT, item 7.3.1.1, II) e de “Inteligência Turística” (PNT, item 7.3.1.1, XII), reconhece que tecnologias como a digitalização, inteligência artificial (IA), realidade virtual/aumentada (RV/RA), big data e plataformas online transcendem a mera instrumentalidade, configurando-se como elementos estruturantes para a competitividade e sustentabilidade do setor.

A ênfase na otimização da experiência do visitante e no incremento da produtividade mediante a aplicação dessas ferramentas tecnológicas, a exemplo da utilização de IA para ofertas personalizadas e da análise de big data para a gestão e monitoramento, reflete uma visão prospectiva que visa não apenas a eficiência operacional, mas também a qualificação da demanda e a criação de valor, minimizando impactos negativos e garantindo a conservação dos recursos naturais e culturais, elementos essenciais para a sustentabilidade de eventos e práticas esportivas.

As projeções macroeconômicas da Revista Exame (Pio, 2024) indicam que o turismo de esporte poderá movimentar US\$ 1,8 trilhão até 2030, evidenciando o crescimento robusto do setor. Complementarmente, a empresa global Collinson (2024) sinaliza que esse crescimento será impulsionado por um turista com demanda mais qualificada, que busca experiências personalizadas, conforto, segurança e responsabilidade socioambiental. Desse modo, torna-se fundamental a diversificação de mercados, produtos e destinos, bem como o investimento contínuo em inovação tecnológica, abrangendo desde plataformas de engajamento digital e realidade aumentada em eventos, até sistemas inteligentes de gestão de fluxo e segurança operacional (De Carlos; Alén; Fraiz, 2020).

Em síntese, as perspectivas futuras do turismo de esporte convergem para um cenário de expansão, inovação e crescente responsabilidade socioambiental, em estreita correlação com as diretrizes do Plano Nacional de Turismo. Para que o setor materialize plenamente seu potencial, torna-se imperativo:

- a) Integrar políticas públicas e privadas sob o alinhamento dos ODS;
- b) Promover uma governança participativa e transparente, que envolva as comunidades locais;
- c) Investir em infraestrutura sustentável e em soluções tecnológicas avançadas, essenciais para mitigar impactos ambientais e otimizar a experiência;
- d) Desenvolver um portfólio de produtos turísticos adaptados a diversos perfis e mercados, que celebre a diversidade cultural e natural do Brasil;
- e) E, primordialmente, assegurar que o turismo de esporte se constitua em um catalisador para a melhoria da qualidade de vida nos territórios onde se insere, promovendo benefícios socioeconômicos e culturais equitativos.

O turismo de esporte do futuro será, progressivamente, um vetor de transformação social, cultural e ambiental, condicionado, todavia, a um planejamento estratégico pautado pela ética e pelo inabalável compromisso com a sustentabilidade, conforme preconizado pelo PNT (2024-2027).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Esse estudo adota uma abordagem interpretativista, pois visa compreender o turismo de esporte em Aracaju a partir da perspectiva dos participantes envolvidos (Richardson, 2017; Lakatos; Marconi, 2021). A abordagem interpretativista enfatiza a compreensão dos significados, experiências e percepções dos indivíduos em contextos específicos, reconhecendo que a realidade social é construída intersubjetivamente e dependente das interpretações dos atores. Diferentemente de métodos positivistas, que buscam generalizações e causalidade, o interpretativismo valoriza a riqueza qualitativa dos dados, permitindo explorar nuances culturais, sociais e comportamentais (Schwandt, 2015). Essa perspectiva é particularmente adequada para o turismo de esportes, pois possibilita compreender como atletas, espectadores e comunidades percebem, vivenciam e atribuem valor às experiências turísticas e aos eventos esportivos em Aracaju, revelando dimensões que não seriam captadas por abordagens puramente quantitativas.

Tal abordagem é fundamentada em uma ontologia e epistemologia subjetivista, em que a experiência turística é única para cada participante, conforme a interpretação pessoal. Cada resposta é baseada nas percepções e sentimentos dos respondentes (Sacool, 2009).

A pesquisa, em termos de objetivos, é tanto exploratória quanto descritiva. É exploratória devido à temática ainda pouco sistematizada no contexto regional — o turismo de esportes em Aracaju — e descritiva porque busca identificar e caracterizar os elementos e atores envolvidos nesse fenômeno (Vergara, 2016).

Em relação as técnicas da pesquisa foram utilizadas a bibliográfica, a documental e a de campo. A pesquisa bibliográfica fez uso de bases de dados digitais nacionais e internacionais, utilizando termos como “turismo de esportes”, “turismo esportivo”, “turismo de eventos esportivos”, “esportes e turismo” e “turismo sustentável”, com o objetivo de mapear debates e lacunas teóricas (Lakatos; Marconi, 2021), bem como foi considerada de campo, uma vez que envolveu a coleta de dados primários diretamente no local onde o fenômeno ocorre, por meio de entrevistas e aplicação de questionários, permitindo uma compreensão aprofundada da realidade.

A abordagem utilizada foi qualitativa, pois explorou as percepções e experiências dos atletas, espectadores e *stakeholders*, que se justifica pelo uso de procedimentos textuais, a exemplo dos relatos dos gestores das instituições pesquisadas (Michel, 2015).

A coleta de dados deu-se por meio de questionários estruturados (Apêndice C), baseados na escala likert de 5 pontos (Martins; Theóphilo, 2016), para classificar as respostas, aplicados

aos participantes de eventos esportivos em Sergipe, com foco nos eventos já confirmados para os anos de 2024 e 2025, sendo eles: Itaú BB IronMan 70.3; Sul-Americano de Ginástica Rítmica; e a 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju. Os questionários foram aplicados durante a realização de cada evento esportivo.

A escolha dos três eventos analisados — **Itaú BBA Ironman 70.3, Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica e 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju** — deve-se à sua representatividade e à visibilidade que conferem ao destino. O Ironman 70.3, de alcance mundial, reúne um público seletivo e promove grande exposição midiática, posicionando Aracaju no calendário internacional de provas de resistência. Já o Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica reforça a vocação da cidade para sediar competições internacionais, destacando-se ainda pelo fato de a seleção brasileira treinar em um centro de treinamento local e pela presença da sede da Confederação Brasileira de Ginástica (CBG) em Aracaju. Por fim, a Corrida Cidade de Aracaju foi escolhida por sua tradição e forte valor simbólico, uma vez que celebra a mudança da capital de São Cristóvão para Aracaju, consolidando-se como a maior corrida de rua do Norte-Nordeste e como um dos principais eventos do calendário esportivo sergipano. Os questionários utilizados na pesquisa foram aplicados durante a realização de cada uma dessas competições, possibilitando a coleta de dados diretamente com participantes.

Antes da aplicação definitiva dos questionários nos eventos selecionados, foi realizado um formulário teste com 10 colaboradores — entre professores, acadêmicos e atletas — com o objetivo de avaliar a clareza, a pertinência e a coerência das perguntas elaboradas. Esse pré-teste permitiu identificar possíveis ambiguidades, redundâncias ou dificuldades de interpretação por parte dos respondentes. Com base nas observações coletadas, foram realizados ajustes pontuais no questionário, especialmente na formulação de algumas perguntas, a fim de garantir maior precisão e adequação ao público-alvo dos eventos esportivos pesquisados.

De acordo com Gil (2008), o pré-teste é uma etapa essencial no processo de construção de instrumentos de coleta de dados, pois permite verificar se as perguntas estão sendo compreendidas corretamente e se o instrumento está adequado aos objetivos da pesquisa. Nesse mesmo sentido, Lakatos e Marconi (2021) destacam que a realização do pré-teste é fundamental para assegurar a validade e a confiabilidade do questionário, contribuindo para a qualidade dos dados a serem coletados.

Para os participantes dos eventos esportivos, foi escolhida uma amostragem não probabilística por conveniência, esse tipo de amostragem é apropriado em contextos em que o pesquisador depende da acessibilidade e disponibilidade dos respondentes. De acordo com

Godoy (2006), a amostragem por conveniência é comum em pesquisas sociais aplicadas, especialmente quando se busca explorar novas áreas e quando o acesso ao universo da pesquisa depende da participação voluntária em situações reais.

O universo populacional desta pesquisa compreendeu um total de 10.500 participantes dos eventos esportivos investigados, distribuídos da seguinte forma: 1.200 indivíduos no evento Itaipava IronMan 70.3; 300 no Sul-Americano de Ginástica Rítmica; e 9.000 na 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju.

A seleção da amostra, de caráter não probabilístico por conveniência, foi determinada pela adesão voluntária dos indivíduos presentes nos locais dos eventos. Adicionalmente, a delimitação amostral considerou a saturação dos dados, conforme percebido pela pesquisadora, bem como as limitações de recursos e a viabilidade operacional da coleta. Desse processo, resultou uma amostra final composta por 266 participantes, englobando tanto atletas quanto espectadores.

Os questionários foram aplicados no período compreendido entre 24 de novembro de 2024 e 30 de março de 2025, cronograma que coincidiu com a realização dos três eventos supracitados.

Adicionalmente à coleta por questionários, a pesquisa empregou a técnica de entrevista semiestruturada (Apêndices A, B e F) com *stakeholders*-chave do segmento de turismo e esporte no Estado de Sergipe. Os interlocutores representavam as seguintes instituições: Secretaria de Estado do Turismo, Secretaria Municipal de Turismo de Aracaju, Secretaria Municipal da Juventude e do Esporte de Aracaju (SEJESP), Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH-SE), e entidades do setor esportivo atuantes em Sergipe, a saber: Confederação Brasileira de Ginástica (CBG), Federação Sergipana de Automobilismo (FSA) e Confederação Brasileira de Vôlei para Deficientes (CBVD).

Um total de sete (7) indivíduos foi entrevistado, consistindo em representantes dessas instituições. As entrevistas foram conduzidas individualmente, em local e horário previamente acordados com cada participante, abrangendo o período de março a julho de 2025.

A seleção desses representantes institucionais para as entrevistas seguiu a estratégia de amostragem intencional, conforme preconizado por Martins e Theóphilo (2016). Este método justificou-se pela necessidade de incluir participantes com conhecimento aprofundado e atuação direta no segmento de turismo esportivo em Aracaju, garantindo a relevância das perspectivas coletadas para o objeto de estudo.

As entrevistas foram guiadas por um roteiro semiestruturado (Apêndice B), e conduzidas diretamente com os dirigentes das organizações investigadas. A escolha por este

formato foi estratégica, pois o modelo semiestruturado permite a formulação de questões predefinidas que garantem a cobertura dos tópicos essenciais, ao mesmo tempo em que oferece flexibilidade para explorar novas perspectivas e *insights* emergentes das respostas dos participantes, conforme destacado por Creswell (2021). O objetivo central dessas entrevistas foi aprofundar a compreensão sobre o Turismo Esportivo em Aracaju.

Com a prévia autorização dos participantes, as entrevistas foram gravadas (Apêndice D) e, posteriormente, transcritas na íntegra, de forma individualizada por participante e instituição. A transcrição foi realizada imediatamente após a coleta de cada entrevista, visando aprimorar a fidelidade dos dados e otimizar o processo de codificação e análise. A duração média de cada entrevista foi de 1 hora e 15 minutos.

A análise dos dados empregou a técnica de triangulação metodológica, visando à integração de informações provenientes de questionários e entrevistas. Tal abordagem objetivou conferir robustez e validade aos achados, proporcionando uma compreensão multifacetada do fenômeno investigado (Lakatos; Marconi, 2021; Vergara, 2016).

Os dados dos questionários foram processados e tabulados por intermédio das funcionalidades nativas da plataforma Google Forms, que procedeu à geração automática de representações gráficas em formato de pizza, ilustrando os percentuais de distribuição das respostas para cada alternativa. Para este conjunto de dados, a análise se concentrou na visualização e interpretação desses percentuais.

As entrevistas, por sua vez, foram submetidas a uma análise qualitativa, com o propósito de apreender as percepções, experiências e narrativas dos participantes.

A triangulação manifestou-se na etapa de interpretação e discussão dos resultados, onde os achados emergentes de ambos os instrumentos de coleta (questionários e entrevistas) foram sistematicamente comparados e confrontados com o arcabouço teórico previamente estabelecido. Essa comparação bidirecional permitiu: (a) verificar a convergência dos dados empíricos com os construtos, modelos e discussões presentes na literatura, reforçando a validade interna da pesquisa; (b) identificar divergências ou lacunas teóricas que demandam aprofundamento ou novas perspectivas; e (c) complementar o entendimento do fenômeno, enriquecendo a discussão dos resultados e a construção do conhecimento (Lakatos; Marconi, 2021; Vergara, 2016).

A fim de assegurar a validade interna e a confiabilidade dos achados da pesquisa, foram sistematicamente empregadas diversas estratégias metodológicas. Dentre elas, destacam-se: a triangulação de dados (Lakatos e Marconi, 2021), que permitiu a convergência de diferentes fontes e métodos de coleta; a validação comunicativa (Flick, 2004), que envolveu a verificação

da interpretação dos dados com os próprios participantes; a auditoria por pares, realizada sob a supervisão do orientador, para garantir a consistência analítica; e a descrição densa do contexto e dos resultados (Merriam, 1998; Paiva Júnior; Leão; Melo, 2011), visando aprofundar a compreensão dos fenômenos investigados.

Adicionalmente, para o aprimoramento do instrumento de coleta, entrevistas-piloto foram conduzidas com dois participantes, possibilitando o refinamento do roteiro final das entrevistas e a adequação das questões.

O protocolo de pesquisa foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto Federal de Sergipe (Apêndice E), em estrita observância às normativas éticas. Essa aprovação garantiu o cumprimento dos preceitos de sigilo e confidencialidade dos dados, bem como a utilização exclusiva das informações coletadas para fins estritamente acadêmicos.

O produto tecnológico desenvolvido consiste em um Plano Estratégico para o fortalecimento do Turismo de Esportes em Aracaju, elaborado a partir da triangulação de dados qualitativos que contemplaram a percepção de atletas, espectadores e representantes institucionais ligados ao setor. A escolha desse produto justifica-se pela necessidade de disponibilizar à gestão pública, às entidades esportivas e ao *trade* turístico um instrumento aplicável de planejamento e tomada de decisão, capaz de orientar políticas públicas, atrair investimentos e alinhar o turismo esportivo às diretrizes de desenvolvimento socioeconômico, cultural e ambiental do município.

A construção do plano estratégico de desenvolvimento do TE em Aracaju seguiu etapas estruturadas e metodológicas, garantindo rigor acadêmico e aplicabilidade prática. Inicialmente, foi realizada uma revisão teórica sobre turismo de esportes, planejamento e gestão estratégica, com base em autores de referência nacional e internacional, como Gibson (1998), Getz (2008), Camargo (2004), Beni (2006), Chalip e McGuirty (2004) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020). Conforme Chalip e McGuirty (2004), o planejamento estratégico em turismo esportivo deve integrar análise teórica, percepção dos *stakeholders* e avaliação de experiências dos participantes, assegurando que as ações propostas estejam alinhadas às demandas do setor e aos objetivos de desenvolvimento do destino.

Para a coleta de dados primários, foram aplicados questionários a participantes de eventos esportivos selecionados (Itaú BBA Ironman 70.3, Sul-Americano de Ginástica Rítmica e 40ª Corrida Cidade de Aracaju), permitindo avaliar o comportamento de consumo, percepção do destino e satisfação com a experiência turística. Em seguida, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com stakeholders do setor, incluindo representantes da SETUR/SE, SEJESP,

ABIH-SE, federações esportivas e outros atores estratégicos, com o objetivo de compreender percepções, desafios e oportunidades para o turismo esportivo em Sergipe e Aracaju.

Com base nos dados obtidos, foi realizada a análise qualitativa integrando evidências empíricas e conceitos teóricos para identificar categorias estratégicas e ações prioritárias. A etapa seguinte consistiu na formulação do plano estratégico propriamente dito, contemplando objetivos, metas, ações, indicadores de monitoramento e possibilidades de atualização periódica, assegurando flexibilidade e adaptabilidade. Por fim, o plano foi estruturado de modo a permitir replicabilidade em outros municípios, servindo como referência metodológica para a consolidação do turismo esportivo como vetor de desenvolvimento econômico, social e cultural (Getz, 2008).

Para garantir a continuidade e a aplicabilidade do plano estratégico de desenvolvimento após a conclusão do mestrado, o documento foi concebido com caráter flexível e adaptável, permitindo atualizações periódicas diante de novos eventos, parcerias e demandas do setor. Na prática, a implementação se dará por meio da utilização do plano como instrumento de orientação para gestores e organizações parceiras, incluindo órgãos públicos (SETUR/SE, SETUR Aracaju, SEJESP e Prefeitura de Aracaju) e entidades privadas e associativas (como ABIH-SE e federações esportivas). Isso envolve ações concretas, como a priorização de investimentos em infraestrutura, a criação de campanhas de marketing direcionadas a eventos esportivos estratégicos e a definição de protocolos para a captação de novos eventos, sempre alinhados às políticas públicas vigentes, como o Plano Nacional de Turismo 2024-2027.

Além disso, o plano prevê mecanismos de monitoramento e avaliação contínua dos resultados, por meio de indicadores de participação, impacto econômico, social e ambiental, permitindo ajustes e melhorias constantes. Sua estrutura metodológica também possibilita replicabilidade em outros municípios do estado, servindo como referência para destinos que busquem consolidar o turismo esportivo como vetor de desenvolvimento econômico, cultural e social.

Dessa forma, o produto tecnológico não se limita ao campo acadêmico, configurando-se como um instrumento estratégico e aplicável, capaz de orientar a gestão pública e privada e de fomentar o desenvolvimento sustentável do Turismo de Esportes em Aracaju.

Segue abaixo um resumo do desenho metodológico, exposto no Quadro 1.

Quadro 1. Resumo do desenho metodológico.

Etapa	Descrição
Abordagem da pesquisa	Qualitativa, com foco na compreensão das percepções e experiências relacionadas ao Turismo de Esportes em Aracaju.
Eventos pesquisados	Ironman 70.3 Aracaju (NOV 2024); Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica (DEZ 2024); 40ª Corrida Cidade de Aracaju (MAR 2025).
Instrumentos de coleta	266 questionários aplicados via Google Forms, contendo: questões de múltipla escolha, escala Likert (1 a 5) e perguntas abertas. 7 <i>stakeholders</i> foram entrevistados.
Análise e Tratamento dos dados	Os questionários foram tabulados pela plataforma Google Forms, que procedeu à geração automática de representações gráficas em formato de pizza, ilustrando os percentuais de distribuição das respostas para cada alternativa. As entrevistas, por sua vez, foram submetidas a uma análise qualitativa. Os achados emergentes foram sistematicamente comparados e confrontados com o arcabouço teórico.
Validade e Confiabilidade	Triangulação de dados, validação comunicativa, auditoria por pares (orientador) e descrição densa do contexto e dos achados. O protocolo de pesquisa foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do IFS.

Fonte: Elaboração própria (2025).

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O Turismo de Esportes (TE) vem se consolidando como um segmento promissor no turismo mundial, capaz de impulsionar o desenvolvimento econômico, social e ambiental dos destinos. No Brasil, ganhou destaque com grandes eventos internacionais, e em Sergipe tem se expandido com o apoio de políticas públicas voltadas à captação e realização de competições. Em 2024, o estado sediou cerca de 20 eventos esportivos, com destaque para o Ironman 70.3 e o Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica, que movimentaram a economia local e reforçaram a imagem de Aracaju como um destino preparado, com infraestrutura, clima e hospitalidade favoráveis. Esse crescimento refletiu-se no aumento de visitantes e na movimentação financeira, que ultrapassou R\$ 600 milhões no ano, beneficiando setores como hotelaria, alimentação, transporte e comércio.

A criação do programa Sergipe de Portas Abertas marcou um avanço na integração entre as Secretarias de Esporte e Turismo, fortalecendo o planejamento conjunto e a atração de novos eventos. Mesmo com desafios relacionados à infraestrutura no interior, à distribuição dos benefícios e à sustentabilidade das ações, o estado apresenta um cenário promissor. Sustentado por políticas públicas, parcerias e potencialidades naturais, o Turismo de Esportes em Sergipe desponta como vetor estratégico de desenvolvimento socioeconômico e sustentável, desde que mantenha investimentos, qualificação profissional e gestão integrada de longo prazo.

Este capítulo apresenta os resultados encontrados, bem como a discussão e análise destes à luz da revisão teórica que sustenta o estudo. Os resultados foram obtidos por meio de questionários aplicados a participantes de eventos esportivos e de entrevistas com stakeholders, com o objetivo de compreender o cenário atual do TE em Aracaju, considerando percepções sobre infraestrutura, desafios e oportunidades, além de mapear o perfil e a motivação dos participantes. Buscou-se também identificar boas práticas de outras regiões que possam ser adaptadas ao contexto local, servindo de base para a elaboração de um plano estratégico com diretrizes aplicáveis.

Para atender aos objetivos deste estudo, os resultados foram organizados em quatro blocos. O primeiro bloco aborda o mapeamento da situação atual do TE em Aracaju, identificando o perfil, as motivações e as percepções sobre infraestrutura e experiências dos atletas e espectadores, além das potencialidades, gargalos e sugestões de ações apontadas pelo público pesquisado. O segundo bloco analisa os impactos socioeconômicos, culturais e ambientais do turismo de esportes na cidade, tanto sob a ótica dos atletas e espectadores quanto dos stakeholders entrevistados. O terceiro bloco examina boas práticas e estratégias de TE em

outras regiões ou países, considerando modelos de governança e parcerias, estratégias de infraestrutura e eventos, táticas de marketing e abordagens de sustentabilidade e legado. Por fim, o quarto bloco apresenta a proposição de diretrizes estratégicas derivadas do plano de desenvolvimento do Turismo de Esportes, levando em conta a diversidade territorial e o potencial socioeconômico, cultural e ambiental do estado.

Dessa forma, a análise dos dados não se limita à descrição dos achados, mas busca interpretá-los à luz das contribuições teóricas e das realidades práticas, apontando caminhos concretos para o desenvolvimento sustentável do Turismo de Esportes em Aracaju.

4.1 MAPEAMENTO DA SITUAÇÃO ATUAL DO TE EM ARACAJU SOB A ÓTICA DO PÚBLICO PESQUISADO

O turismo de esportes, segundo Candeias (2012), representa uma estratégia adotada por destinos turísticos para alavancar o desenvolvimento econômico, promover a imagem local e atrair visitantes por meio de eventos esportivos. Em Aracaju, esse segmento vem ganhando espaço, ainda que de forma gradual, especialmente a partir da realização de eventos que têm potencial para consolidar a cidade como destino competitivo no cenário nacional e internacional.

Com base nas respostas coletadas junto ao público participante — atletas e espectadores — nos eventos Ironman 70.3 Aracaju (2024), Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica (2024) e 40ª Corrida Cidade de Aracaju (2025), observa-se uma percepção positiva quanto à realização e organização dos eventos, bem como quanto ao potencial turístico e socioeconômico, cultural e ambiental que eles geram para o estado.

O Ironman 70.3 Aracaju, realizado pela primeira vez no Estado de Sergipe em 2024, destacou-se por sua abrangência internacional, reunindo cerca de 1.200 atletas de 12 países e aproximadamente 4.000 pessoas, entre competidores e acompanhantes (Sergipe, 2024d). A competição ocorreu em pontos estratégicos da cidade, como a Orla da Atalaia, a Avenida Beira Mar, rio Vaza Barris e a ponte Jornalista Joel Silveira, que liga Aracaju a Itaporanga D'Ajuda, promovendo a integração entre espaços urbanos e naturais da capital e do interior do estado. Segundo os participantes, o evento evidenciou o potencial do estado para sediar competições de alto rendimento e consolidou Aracaju como destino atrativo para o público esportivo. A percepção positiva dos respondentes destacou o profissionalismo da organização, a beleza do percurso e o acolhimento do público local, reforçando os atributos locais que, conforme Camargo (2004a), são fundamentais para fortalecer a atratividade turística de um destino.

Já o Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica, também realizado em 2024, reuniu atletas de nove países da América do Sul, em Aracaju, no Ginásio de Esportes Constâncio Vieira. A escolha de Sergipe como sede do evento reforça a relevância do estado no cenário da ginástica rítmica brasileira, que tem na capital sergipana, o centro de treinamento oficial da equipe nacional, equipamento totalmente reformado e reconhecido como referência nacional na modalidade (Barbosa, 2022). Os entrevistados destacaram o orgulho pela realização do evento em solo aracajuano, bem como a importância da visibilidade internacional gerada pela competição. Essa percepção reforça o argumento de Getz (2008a), ao afirmar que os eventos esportivos, quando bem-organizados e promovidos, podem impulsionar o marketing de destinos e gerar benefícios duradouros para a imagem local.

A Corrida Cidade de Aracaju, por sua vez, é o evento mais tradicional do calendário esportivo sergipano. Em 2025, sua 40ª edição reuniu cerca de 9 mil corredores, consolidando-se como a maior corrida de rua do Norte-Nordeste (Agência Aracaju Notícias, 2025). Com largadas nos municípios de São Cristóvão (24km da capital), Nossa Senhora do Socorro (10km) e Aracaju (5km), o percurso resgata simbolicamente a transferência da capital do estado e mobiliza tanto atletas profissionais quanto amadores, além de familiares e simpatizantes da modalidade. Para o público pesquisado, a corrida representa mais do que uma competição esportiva: é um momento de celebração da identidade sergipana, de reencontros e de promoção da cidade como espaço de convivência, esporte e cultura. De acordo com Chalip e McGuirly (2004), esse tipo de engajamento comunitário é fundamental para gerar legados sociais positivos a partir de eventos esportivos.

A análise aqui proposta busca compreender o perfil, motivações, percepções sobre a infraestrutura e experiências em geral dos atletas e espectadores. Além disso, foram identificados potencialidades, gargalos, sugestões de ações e boas práticas sob a ótica de todo o público pesquisado.

4.1.1 Perfil Sociodemográfico

Esta seção apresenta os resultados da pesquisa de campo realizada durante três importantes eventos esportivos sediados na cidade de Aracaju: o IronMan 70.3 no mês de novembro de 2024, o Campeonato Sul-Americano de Ginástica Artística no mês de dezembro de 2024 e a 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju no mês de março de 2025.

A análise aqui proposta busca compreender o perfil sociodemográfico dos participantes desse estudo. Os dados foram obtidos por meio de questionários aplicados a atletas profissionais e amadores que participaram dos eventos mencionados.

A amostra da pesquisa, composta por 266 participantes, revelou um perfil diversificado quanto à faixa etária, renda, escolaridade, gênero e origem geográfica (Figura 1).

Quanto à faixa etária, a maioria dos respondentes (40,9%) situava-se entre 35 e 44 anos, seguida por 28,8% entre 45 e 54 anos, o que revela um público predominantemente adulto e economicamente ativo. As faixas de 18 a 24 anos, 25 a 34 anos e 55 a 64 anos apresentaram uma distribuição equilibrada, cada uma representando 15,2% da amostra. Esses dados reforçam o perfil maduro dos praticantes e apreciadores do Turismo de Esportes, frequentemente associados à busca por experiências qualificadas, superação pessoal e bem-estar. Segundo Gibson (1998), os turistas esportivos costumam ser adultos ativos que buscam não apenas a prática esportiva, mas também vivências que integrem saúde, lazer e autorealização, o que os torna um segmento de alto valor agregado para o mercado turístico.

Em relação à renda mensal, o grupo mais representativo foi o de pessoas com renda acima de 10 salários-mínimos, totalizando 36,4% dos respondentes. Esse dado reforça o entendimento de que os eventos esportivos de grande porte atraem um público com maior poder aquisitivo, especialmente no caso do IronMan. Outros 18,2% relataram renda entre 6 e 10 salários-mínimos, e o mesmo percentual (18,2%) declarou ganhar entre 2 e 4 salários-mínimos. Apenas 3% dos participantes estavam na faixa de até 1 salário-mínimo. No que tange ao aspecto econômico, 36,4% dos participantes reportaram renda familiar superior a dez salários-mínimos, indicativo de um segmento com considerável poder aquisitivo. Este indicador corrobora com o potencial de impacto econômico positivo do TE, tanto por meio de dispêndios diretos (hospedagem, alimentação, inscrições) quanto indiretos, pelo estímulo a setores correlatos da economia local, o que converge com o PNT (2024-2027) (Brasil, 2024b) que reconhece o turismo como vetor de desenvolvimento sustentável e gerador de trabalho e renda. De acordo com Chalip e McGuirly (2004), eventos esportivos de prestígio atraem visitantes com maior renda e perfil qualificado, gerando receitas substanciais para setores como hotelaria, alimentação e transporte, além de favorecerem o posicionamento mercadológico dos destinos.

A análise do nível de escolaridade dos participantes revela um perfil de público altamente qualificado, constituindo um ativo estratégico para o turismo esportivo em Aracaju. Os dados são contundentes: uma maioria de 86,4% dos entrevistados possui formação superior completa, sendo que 65,2% já alcançaram a pós-graduação (especialização, mestrado ou doutorado). A ausência de participantes com escolaridade fundamental e a baixa

representatividade do ensino médio (13,6%) reforçam a forte correlação entre os eventos analisados e um público com elevado capital cultural e econômico. Este perfil não apenas valoriza destinos bem estruturados, mas também busca experiências autênticas e integradas, que vão além da competição em si. Mais importante ainda, este segmento qualificado tende a atuar como formador de opinião e embaixador do destino, cujo poder de influência social e alcance em redes de contato qualificadas é um recurso de marketing inestimável, alinhando-se perfeitamente à visão do PNT (2024-2027) e aos estudos de Gratton, Shibli e Coleman (2005) sobre o impacto positivo de um público engajado na promoção e na imagem de uma localidade.

A análise de gênero revela uma ligeira predominância masculina entre os participantes, com 54,5% dos respondentes, identificando-se como do sexo masculino. Este dado, embora consistente com tendências históricas do turismo esportivo, serve como um importante indicador estratégico. Mais do que um simples desequilíbrio, ele aponta para uma clara oportunidade de mercado e para a necessidade de desenvolver ações proativas que visem não apenas a inclusão, mas a atração ativa do público feminino. Isso pode incluir desde a criação de categorias específicas em competições e campanhas de marketing que dialoguem diretamente com mulheres atletas, até a garantia de infraestrutura segura e acolhedora nos eventos. Tal abordagem estratégica está alinhada às conclusões de Santos *et al.* (2022), que, ao analisar um cenário similar, defende que ações inclusivas são fundamentais não apenas por uma questão de equidade, mas também como um vetor de crescimento e expansão para o setor.

A análise da origem dos participantes revela um ecossistema de turismo esportivo dual e promissor em Sergipe. O dado de que 71,2% dos respondentes (Figura 1) são residentes, impulsionado por eventos de grande apelo comunitário como a Corrida Cidade de Aracaju, demonstra uma base sólida de engajamento e coesão social, alinhada às diretrizes do Plano Nacional de Turismo. Contudo, essa estatística geral coexiste com o sucesso de eventos como o IronMan 70.3 e o Campeonato Sul-Americano de Ginástica, que atraem um público de alto impacto econômico, majoritariamente de outras regiões do Brasil, principalmente, Sudeste e Centro-Oeste e do exterior (Argentina e Chile). Essa heterogeneidade evidencia que Aracaju já possui ativos capazes de atender a diferentes nichos: o local/regional, que fortalece a cultura esportiva, e o nacional/internacional, que gera receita e visibilidade para o destino.

O desafio estratégico, portanto, não é escolher entre um público e outro, mas sim gerenciar ativamente esse portfólio diversificado. Conforme aponta Chalip (2006), o gerenciamento eficaz de múltiplos tipos de eventos é crucial para maximizar os benefícios. A oportunidade para Aracaju reside em criar políticas que apoiem tanto os eventos de base, que solidificam a participação local, quanto a captação de grandes competições que atraem turistas

de maior gasto. Infere-se que o sucesso futuro dependerá da habilidade de equilibrar essas duas frentes, desenvolvendo estratégias de marketing segmentadas e potencializando o impacto econômico dos visitantes externos, sem negligenciar o valor social e cultural do esporte para a comunidade aracajuana.

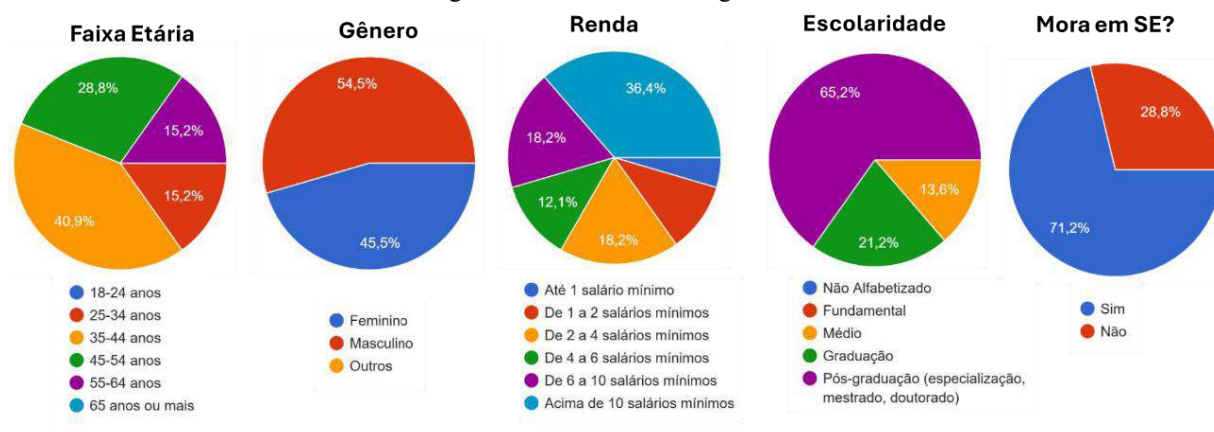
A análise dos dados sociodemográficos dos participantes dos eventos esportivos em Aracaju delineia um perfil de público com características marcadamente estratégicas para o desenvolvimento do setor. A combinação das variáveis de idade, renda, escolaridade, gênero e origem não apenas revela quem são esses participantes, mas também aponta para o imenso potencial latente do turismo de esportes neste destino. A compreensão aprofundada deste perfil é, portanto, o alicerce sobre o qual as futuras estratégias de marketing, desenvolvimento de produtos e políticas públicas devem ser construídas.

Com base nos dados coletados, o perfil predominante do participante dos eventos esportivos em Aracaju pode ser resumido como:

- Economicamente Ativo e Maduro: Concentrado na faixa etária de 35 a 54 anos, indicando um público com estabilidade profissional e pessoal.
- Alto Poder Aquisitivo: Com uma parcela significativa (36,4%) possuindo renda familiar acima de 10 salários-mínimos, o que evidencia um alto potencial de consumo e de impacto econômico direto.
- Elevado Capital Cultural: Com uma expressiva maioria (86,4%) possuindo ensino superior completo, sendo 65,2% já com pós-graduação, o que sugere um público exigente, que busca experiências qualificadas e valoriza a qualidade dos serviços.
- Dualidade Geográfica Estratégica: Um perfil duplo, com uma base local e regional sólida (71,2%) que garante a vitalidade e o engajamento comunitário, complementada por um nicho de turistas nacionais e internacionais de alto valor agregado, que promovem a imagem e a economia do destino.
- Gênero: Apresenta uma ligeira predominância masculina (54,5%), sinalizando uma oportunidade clara para o desenvolvimento de estratégias de inclusão e atração do público feminino.

Este perfil não apenas valida o potencial de Aracaju como um destino esportivo relevante, mas também fornece um roteiro claro para a formulação de ações estratégicas, como delineado por autores como Chalip (2006) e Diniz Filho (2017). Compreendido o “quem”, a pesquisa avança agora para analisar suas motivações, comportamentos e os impactos gerados por sua presença.

Figura 1. Perfil Sociodemográfico.



Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

4.1.2 Participação e Motivações nos Eventos Esportivos Analisados

Esta seção mede o perfil e a motivação do participante (Figura 2). As perguntas são sobre *quem ele é* no contexto do evento (atleta, amador), sua *história* com o evento (primeira vez ou não) e seus *impulsos internos*.

A análise dos dados concernentes à participação e motivação dos respondentes permite a delineação de um perfil de alta relevância estratégica para o ecossistema do turismo esportivo em Sergipe. A amostra é predominantemente composta por participantes oriundos do IronMan 70.3 e da Corrida Cidade de Aracaju. O Campeonato Sul-Americano de Ginástica Artística de 2024, por sua vez, constitui uma fração residual da amostra (1,5%). Essa distribuição é metodologicamente consistente, uma vez que a natureza de um campeonato de elite implica um contingente numericamente inferior de competidores quando comparado a eventos de participação em massa, o que, por conseguinte, se reflete na sua representatividade amostral. Não obstante a essa distribuição, o achado central desta seção reside na constatação de que a amostra é composta por uma maioria de 91% de atletas amadores, posicionando o turismo participativo como o vetor primordial do setor na cidade.

Este resultado corrobora enfaticamente os achados de Malchrowicz-Mosko e Poczta (2018) sobre a “centralidade do praticante não profissional”. Os autores supracitados argumentam que a motivação desses participantes, impulsionada por fatores como a experiência cultural, a recreação e a conexão com a comunidade e o local, é crucial para a sustentabilidade e o desenvolvimento do turismo, conforme exemplificado na Polônia. Desse modo, a relevância desses praticantes transcende o aspecto meramente competitivo, gerando benefícios socioeconômicos e culturais substanciais.

A investigação das motivações intrínsecas revela uma hierarquia de valores que informa significativamente a natureza deste segmento. A predominância da “melhora da saúde e bem-estar” (51,5%) como principal fator motivacional demonstra que a participação transcende a dimensão puramente competitiva, alinhando-se a um projeto de estilo de vida e de busca por qualidade de vida. A competição, embora figure como um fator secundário (22,7%), deve ser interpretada no contexto do amadorismo como um mecanismo de superação pessoal, em detrimento da busca por resultados profissionais. Esta premissa ressoa com o arcabouço teórico proposto por Gibson, Walker e Thapa (2018), segundo o qual o turista esportivo contemporâneo é motivado por um complexo de fatores que incluem aprimoramento físico, engajamento social e autorrealização.

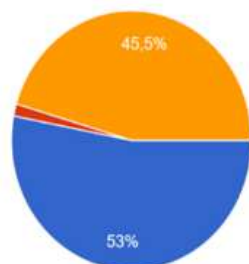
Adicionalmente, o elevado índice de recorrência, no qual 72,7% dos inquiridos declaram participação prévia nos eventos, evidencia um notável grau de fidelização. Tal fenômeno sugere a consolidação dos referidos eventos no calendário esportivo e indica a existência de um ciclo de reforço positivo, no qual experiências satisfatórias pregressas fomentam a intenção de retorno. Essa lealdade do participante assegura um fluxo turístico recorrente, mitigando a dependência de estratégias de captação de novos públicos a cada edição e fortalecendo a imagem do destino.

Em síntese, os resultados empíricos convergem para a caracterização de um agente central para o turismo esportivo em Aracaju: um atleta amador, com alto grau de engajamento e fidelidade, cujas motivações são primariamente associadas a um projeto de bem-estar pessoal. Este perfil não apenas participa, mas protagoniza a experiência turística, em consonância com o postulado por De Carlos, Alén e Fraiz (2020) sobre a capacidade de eventos esportivos dinamizarem um território ao articularem a prática esportiva com valores culturais e experiências memoráveis. Conclui-se, portanto, que a sustentabilidade e o crescimento do setor estão intrinsecamente associados à capacidade dos gestores e formuladores de políticas em compreender e atender às expectativas deste público específico.

Figura 2. Participação e Motivação nos Eventos Esportivos.

7. Qual evento esportivo você está participando?

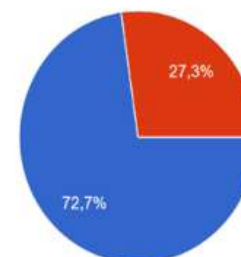
266 respostas



● Itaú BBA IRONMAN 70.3 Aracaju 2024
● Campeonato Sul-americano de Ginástica Artística 2024
● Corrida Cidade de Aracaju 2025

9. Você já participou deste evento anteriormente?

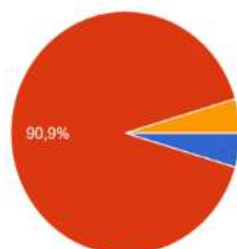
66 respostas



● Sim, já participei outras vezes
● Não, essa é a minha primeira vez

8. Como você participa deste evento esportivo?

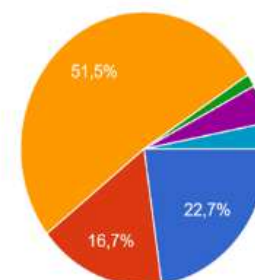
66 respostas



● Atleta profissional
● Atleta amador
● Expectador

10. Qual é a sua principal motivação para participar deste evento?

66 respostas



● Competir
● Socializar com outros participantes
● Melhorar minha saúde e bem-estar
● Viajar e conhecer novos destinos
● Outros
● Outro

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.1.3 Experiência dos participantes nos eventos esportivos de Aracaju

Esta seção dedica-se à mensuração da percepção de qualidade e da satisfação dos participantes em relação aos eventos esportivos analisados. O objetivo é avaliar as dimensões operacionais e experienciais da entrega do evento, movendo a análise para além do perfil sociodemográfico e das motivações intrínsecas, a fim de compreender como os atletas avaliam a estrutura e a organização que lhes foram oferecidas. A satisfação do participante é um construto multidimensional e um indicador crítico de sucesso, influenciando diretamente a reputação do destino, a probabilidade de retorno e a recomendação do evento, sendo, portanto, um objeto de estudo fundamental para o planejamento estratégico do turismo esportivo (Kotler; Keller, 2019; Beni, 2006).

A análise empírica dos dados revela um elevado grau de contentamento com as dimensões centrais da execução dos eventos (Figura 3). A organização foi percebida como eficiente e bem estruturada por 94% dos inquiridos (soma de “concordo totalmente” e “concordo parcialmente”), enquanto a infraestrutura, abarcando local, instalações e segurança, atingiu um índice de aprovação de 98,5%. Tais percentuais sugerem um nível de excelência operacional que atende ou excede as expectativas da vasta maioria dos respondentes.

Contudo, o processo de inscrição e comunicação pré-evento emerge como um ponto de atrito, com mais de 30% dos respondentes expressando algum grau de discordância quanto à sua facilidade e acessibilidade. Este achado indica uma dissonância entre a alta qualidade da entrega no local do evento e a eficiência dos canais digitais e informacionais que o precedem. A utilização de tecnologias durante os eventos, embora majoritariamente confirmada (62,1%), ainda apresenta margem para aprimoramento, podendo ser mais bem explorada como ferramenta para mitigar as falhas de comunicação e enriquecer a jornada do participante.

A satisfação geral com a experiência, situada em 68%, embora positiva, deve ser interpretada à luz do arcabouço teórico. Conforme a pesquisa de Lilian Perrenoud (Ramos, 2019), a decisão de consumo e a experiência emocional em eventos esportivos estão intrinsecamente ligadas à modalidade em si, sendo os serviços e o entretenimento fatores secundários. De forma análoga, o estudo da Ticket Sports (Norte MKT, 2023) aponta que a felicidade do atleta está primariamente associada à superação pessoal (71,8%). Portanto, é plausível inferir que a satisfação geral reportada pelos participantes é fortemente ancorada na emoção e na realização pessoal proporcionadas pela prática esportiva, como a superação e a endorfinina. Os aspectos operacionais, como organização e infraestrutura, funcionam como uma plataforma necessária que, quando bem executada, permite que essa experiência emocional

floresça sem impedimentos. Falhas nesses serviços, como as apontadas no processo de inscrição ou na sinalização turística da cidade, podem modular negativamente a avaliação, mas não anulam o fator emocional primário que motiva o consumo do evento. A satisfação do atleta, neste contexto, alinha-se também aos achados de Nascimento Junior *et al.* (2011), que destaca a prevalência de aspectos ligados à tarefa sobre os sociais, reforçando que o foco principal é a performance e a experiência esportiva em si.

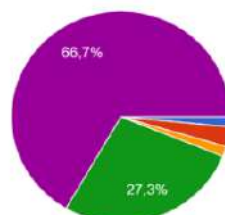
Em conclusão, a análise da experiência dos participantes revela uma dicotomia estratégica. Por um lado, os eventos demonstram robustez e competência em suas dimensões operacionais e de infraestrutura, um fator crucial para a credibilidade de Aracaju como destino anfitrião. Por outro lado, identificam-se lacunas significativas na jornada digital do participante, especificamente nos processos de inscrição e comunicação, e na integração de informações turísticas na cidade-sede.

O resumo dos resultados aponta para um cenário de alta satisfação com a entrega do evento (organização e infraestrutura), mas com oportunidades de aprimoramento em pontos de contato digitais e informacionais. As pesquisas de Perrenoud (Ramos, 2019) e da Ticket Sports (Norte MKT, 2023) permitem contextualizar esses achados, postulando que, embora a excelência operacional seja fundamental, a satisfação do participante é determinada primariamente pela experiência emocional e de superação intrínseca ao esporte. Portanto, conclui-se que o papel dos organizadores e gestores públicos é garantir uma base operacional impecável para não obstruir, e idealmente potencializar, a poderosa conexão emocional que o atleta busca com a modalidade. A otimização dos canais de comunicação e da tecnologia representa a principal via para elevar a experiência geral, transformando uma satisfação positiva em uma vivência memorável e plenamente satisfatória.

Figura 3. Experiência dos Participantes.

11. A organização do evento foi eficiente e bem estruturada.

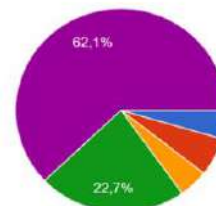
266 respostas



● Discordo totalmente
 ● Discordo parcialmente
 ● Indiferente
 ● Concorde parcialmente
 ● Concorde totalmente

14. Eu utilizei aplicativos ou tecnologias fornecidos pelos organizadores do evento.

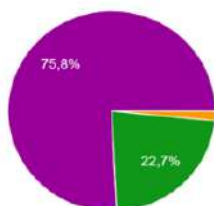
266 respostas



● Discordo totalmente
 ● Discordo parcialmente
 ● Indiferente
 ● Concorde parcialmente
 ● Concorde totalmente

12. A infraestrutura do evento (local, instalações, segurança) atendeu às minhas expectativas.

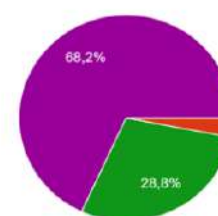
266 respostas



● Discordo totalmente
 ● Discordo parcialmente
 ● Indiferente
 ● Concorde parcialmente
 ● Concorde totalmente

15. Minha experiência geral neste evento foi satisfatória.

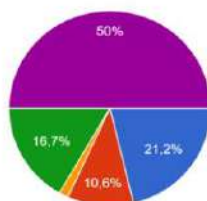
266 respostas



● Discordo totalmente
 ● Discordo parcialmente
 ● Indiferente
 ● Concorde parcialmente
 ● Concorde totalmente

13. O processo de inscrição e obtenção de informações sobre o evento foi fácil e acessível.

266 respostas



● Discordo totalmente
 ● Discordo parcialmente
 ● Indiferente
 ● Concorde parcialmente
 ● Concorde totalmente

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.1.4 Limitações, Forças e Sugestões do Turismo de Esportes em Aracaju Sob Diferentes Óticas

A presente seção dedica-se à identificação e análise das principais limitações, potencialidades e recomendações para o Turismo Esportivo em Aracaju, a partir das perspectivas dos atletas, espectadores e dos *stakeholders* relevantes. Esta análise busca não apenas sistematizar percepções, mas também fundamentar recomendações estratégicas que possam orientar o desenvolvimento do Turismo Esportivo em Aracaju.

4.1.4.1 Limitações

Quando os atletas e espectadores foram questionados sobre quais aspectos do TE em Aracaju precisam de mais atenção e melhorias (limitações), os respondentes mencionaram limitações, como a necessidade de maior sinalização turística, melhoria da mobilidade urbana em dias de evento, ampliação da divulgação fora do estado e incentivo ao uso sustentável dos espaços públicos. Essas observações do público pesquisado evidenciam que, embora haja reconhecimento dos avanços, ainda existem desafios a serem superados para que Aracaju se consolide plenamente como destino de turismo de esportes.

A análise das entrevistas realizadas com representantes institucionais do turismo e do esporte em Sergipe (*stakeholders*) permitiu a identificação de um conjunto de desafios que limitam o pleno desenvolvimento do TE no destino. Os resultados indicam que os obstáculos primários são de ordem estrutural e estratégica, sugerindo que, apesar do crescente interesse e apoio institucional, o setor demanda maior robustez em suas bases de desenvolvimento e um planejamento integrado. As principais limitações identificadas são detalhadas a seguir.

- Ausência de Planejamento Estratégico Integrado

Uma das deficiências mais proeminentes apontadas pelos entrevistados reside na carência de um plano estratégico unificado para o setor. Tal lacuna se manifesta na realização de eventos de forma não sistematizada, na ausência de um calendário centralizado e em falhas de comunicação e articulação entre os diferentes atores envolvidos (poder público, iniciativa privada e entidades esportivas). Essa percepção é corroborada pelos seguintes depoimentos:

“[...] falta planejamento. Eventos acontecem de forma desordenada, sem investimentos adequados [...]. [O desafio é] Infraestrutura básica, uma lei de incentivo para o turismo de esportes, com recurso aprovado para captação de eventos independente de político e política” (SEJESP).

“A gente está implantando agora um sistema. Porque foi percebido pela gestão que muitas vezes o organizador pega a autorização do uso do solo. Depois ele vai na SMTT pegar a autorização das vias públicas. Depois ele vai no meio ambiente [...] não há uma forma unificada dentro da gestão” (Secretaria de Turismo de Aracaju - SETUR).

“Mas hoje eu não sei onde chegar aqui e como é que eu vejo a hotelaria aqui? Qual o melhor hotel? Qual o melhor preço? Qual o melhor... Quem tem mais acessibilidade? Eu não sei onde buscar isso” (CBVD).

A análise desses extratos revela, sob a ótica da gestão pública, o reconhecimento da ocorrência “desordenada” de eventos e da fragmentação dos processos burocráticos. Do ponto de vista do organizador, a dificuldade em acessar informações centralizadas sobre a infraestrutura de apoio, como rede hoteleira e acessibilidade, ilustra as consequências práticas da inexistência de uma plataforma de governança integrada (Getz, 2008b; Chalip; McGuirly, 2004; De Carlos; Alén; Fraiz, 2020). Estudos apontam que a ausência de coordenação entre atores públicos, privados e comunidade local compromete tanto o planejamento estratégico quanto a execução operacional de eventos esportivos, reduzindo a eficiência na utilização de recursos e o potencial de impactos positivos sobre o destino (Morgan *et al.*, 2021; Camargo, 2004b).

- Insuficiência da Infraestrutura Esportiva e de Apoio

Embora a logística urbana do destino seja apontada como um ponto forte, a infraestrutura esportiva específica foi identificada como um gargalo crítico. A carência de equipamentos de alto rendimento e, de forma mais acentuada, a inexistência de estruturas adequadas para o paradesporto, inviabilizam a captação e realização de competições de maior porte e diversidade.

“A gente falta estrutura [...], olímpica, paralímpica nem se fala, que não existe. Acessibilidade, rampa, banheiro, não existe. [...] se fosse um campeonato da categoria mais baixa, é impossível fazer aqui, não temos local nenhum para fazer esse tipo de esporte paralímpico” (CBVD).

“[...] Sergipe hoje ainda não está consolidado dentro de um cenário do turismo esportivo. Talvez pela estrutura. Estrutura Esportiva. Um estádio climatizado” (CBG).

O depoimento da CBVD é categórico ao apontar a inviabilidade de eventos paradesportivos em razão da carência de infraestrutura adequada, evidenciando uma barreira estrutural fundamental à inclusão e ao desenvolvimento do Turismo de Esportes. De modo complementar, o presidente da Confederação Brasileira de Ginástica relaciona diretamente a

não consolidação do destino no cenário nacional à qualidade da “estrutura esportiva” disponível. Esses relatos reforçam o que a literatura aponta: a existência de infraestrutura esportiva e turística adequada é pré-requisito essencial para o sucesso do TE, tanto para atrair eventos de diferentes portes quanto para viabilizar a participação de todos os públicos, incluindo pessoas com deficiência (Getz, 2008a; De Carlos; Alén; Fraiz, 2020). Além disso, a infraestrutura influencia diretamente a experiência do visitante e o impacto econômico e social dos eventos, sendo determinante para a construção de destinos esportivos inclusivos e sustentáveis (Camargo, 2004b; Morgan *et al.*, 2021).

- **Conectividade Aérea e Competitividade Reduzida**

A limitada malha aérea que atende ao estado de Sergipe emerge como um obstáculo logístico e econômico. O alto custo das passagens e a baixa frequência de voos diretos, especialmente de mercados emissores do Sul e Sudeste, reduzem a competitividade de Aracaju em comparação com outros destinos nacionais.

“Mas aí a gente tem as disputas que a malha aérea nossa é cara. Eu fui a Brasília assinar o termo da nossa Copa do Brasil. Eu tomei dois sustos. Primeiro, o valor da passagem. Depois, os horários de voos. [...] Eu saí de Brasília 9 horas da manhã, cheguei às 5 da tarde aqui. Eu passei 6 horas no aeroporto de Salvador, de uma conexão” (FSA).

A experiência relatada pelo entrevistado evidencia os entraves práticos enfrentados por organizadores e participantes de eventos, ressaltando como a limitada malha aérea e os altos custos de deslocamento podem funcionar como fatores de desestímulo à escolha do destino. Esse aspecto é amplamente discutido na literatura sobre turismo, que aponta a acessibilidade como um determinante central para a competitividade de turísticos (Limão, Venables, 2001; Getz, 2008).

Estudos indicam que destinos com conexões aéreas restritas ou com custos elevados para transporte apresentam menor capacidade de atrair visitantes e eventos, comprometendo a geração de receita e os impactos econômicos positivos associados ao turismo esportivo (Morgan *et al.*, 2021; De Carlos, Alén e Fraiz, 2020). Além disso, a dificuldade de acesso pode reduzir a participação de turistas internacionais, limitando o potencial de projeção global do destino e afetando a viabilidade de eventos de maior porte (Camargo, 2004).

- **Lacunas na Profissionalização, Continuidade e Integração Institucional**

Foi identificada a percepção de que o desenvolvimento do TE ainda se apoia fortemente em iniciativas individuais de federações ou na disposição de gestores específicos, em

detrimento de uma política pública perene e institucionalizada. Essa fragilidade é agravada pela falta de sinergia entre secretarias e órgãos essenciais.

“[A colaboração com a Secretaria de Turismo] para mim, é inexistente. Ela nunca existiu. Nem como atleta, nem como gestor, [...]” (CBVD).

“[...] o legado dessa união vai dar como resultado uma política Pública permanente. Não só aquela política de governo, mas a política de Estado permanente pronta para o turismo. É o ideal, né?” (ABIH Sergipe).

“A gente teve um apoio quanto a isso. Mas muito mais vindo como uma iniciativa da confederação, ao invés de uma política pública já existente acerca desse movimento” (CBG).

A ausência de colaboração interinstitucional, destacada no depoimento da CBVD, evidencia uma desconexão prejudicial à governança do setor. A distinção entre “política de governo” e “política de Estado”, sugerida pela ABIH-SE, reforça a necessidade de institucionalizar ações de forma estruturada para garantir continuidade e efetividade. Nesse sentido, autores como Chalip (2004) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020) enfatizam que políticas públicas permanentes são essenciais para o desenvolvimento sustentável do turismo esportivo, uma vez que permitem planejamento estratégico de longo prazo, captação proativa de eventos e articulação intersetorial entre órgãos públicos, iniciativa privada e comunidade local. Além disso, a fala do representante da ginástica evidencia que, sem políticas consolidadas, a atuação do poder público tende a ser reativa, limitando a capacidade de criar um ambiente favorável à atração de eventos e ao fortalecimento do segmento (Getz, 2019; Camargo, 2004a).

- **Fragilidade na Promoção e Divulgação**

Ainda que existam esforços, a promoção e divulgação dos eventos e do destino como hub de turismo esportivo são insuficientes. A SEJESP/SE afirma que os eventos “promovem em partes, porque não há divulgação necessária”. A ABIH-SE sugere que “a gente deveria pegar esse mote do turismo esportivo e divulgar mais e ter um orçamento mesmo anual para isso”. Esse ponto dialoga com a literatura, que destaca o papel do marketing como elemento central para a competitividade e visibilidade dos destinos turísticos. Kotler, Bowen e Makens (2010) reforçam que o marketing turístico é essencial para atrair, satisfazer e fidelizar visitantes, devendo alinhar estratégias de comunicação à identidade do destino. No campo específico do turismo de eventos e esportes, Getz (2008b) aponta que a promoção adequada é determinante para consolidar a imagem do destino e gerar benefícios econômicos e sociais sustentáveis. Chalip e McGuirly (2004) complementam, defendendo que o marketing estratégico de eventos

esportivos deve ir além da promoção pontual, articulando narrativas que conectem esporte, cultura e comunidade, fortalecendo o legado e a atratividade do destino.

- Preparação Inadequada dos Serviços Locais para o Público Esportivo

Apesar da boa gastronomia e hospitalidade, a cadeia de serviços nem sempre está preparada para atender às necessidades específicas dos turistas esportivos. A SETUR/AJU observa que a gastronomia local “não está preparada para receber o atleta nesse potencial que a gente precisa” e que, embora a cultura seja um atrativo, “praticamente 30% não consumiu da cultura”, evidenciando uma lacuna na integração e oferta desses elementos durante os eventos. Essa situação reforça a importância de articular esporte, turismo e cultura de forma estratégica, conforme destacam Gibson (1998) e Camargo (2004b), para que os eventos esportivos proporcionem experiências completas, valorizando o patrimônio cultural local e incentivando a participação dos visitantes em atividades culturais. Além disso, a falta de informações consolidadas sobre hospedagem e acessibilidade para atletas, percebida pela CBVD, reforça a necessidade de planejamento integrado que contemple infraestrutura, cultura e serviços complementares, garantindo a plena fruição do destino pelos turistas esportivos.

A análise comparativa das percepções acerca das limitações do Turismo Esportivo em Aracaju, sob a ótica de atletas e espectadores, e de *stakeholders* institucionais, revela pontos de convergência e complementaridade cruciais para o desenvolvimento do setor. Em convergência, ambos os grupos apontam para a necessidade premente de aprimoramento da promoção e divulgação do destino para públicos externos, bem como da infraestrutura de apoio e informação para o visitante, como sinalização turística e acesso a dados consolidados sobre hospedagem e acessibilidade. Atletas e espectadores, em particular, evidenciam preocupações relacionadas diretamente à experiência do usuário final, destacando a necessidade de melhoria da mobilidade urbana em dias de evento e o incentivo ao uso sustentável dos espaços públicos.

Em complementaridade, os *stakeholders* oferecem uma perspectiva mais aprofundada sobre os desafios de natureza sistêmica e estratégica que subjazem a essas questões percebidas pelo público. Suas análises apontam para a ausência de um planejamento estratégico integrado e centralizado, a insuficiência da infraestrutura esportiva especializada (com especial atenção à carência de estruturas para o paradesporto), as restrições de conectividade aérea que afetam a competitividade do destino, e as lacunas na profissionalização e integração interinstitucional das políticas públicas. Tais achados demonstram que as dificuldades vivenciadas pelos usuários refletem problemas estruturais e de governança identificados pelos *stakeholders*, sublinhando a imperatividade de uma abordagem política abrangente que enderece tanto a percepção do

visitante quanto as fragilidades operacionais e estratégicas para a consolidação do Turismo Esportivo em Aracaju.

4.1.4.2 Potencialidades (Forças)

Sobre os aspectos que fortalecem o Turismo de Esporte em Aracaju, os atletas e espectadores relataram que Aracaju é um destino atrativo para a prática esportiva, destacando o clima, a arborização e o apelo estético. Sergipe possui os ingredientes base – beleza natural, hospitalidade, eventos estabelecidos e atletas engajados.

A análise qualitativa das entrevistas com *stakeholders* do ecossistema turístico de Sergipe revela um conjunto de potencialidades que conferem ao destino de Aracaju uma vantagem competitiva para o desenvolvimento do TE. As percepções dos gestores convergem para três eixos centrais – vantagens logísticas, apoio institucional e capital cultural – que, somados, resultam em um significativo impacto econômico. A seguir, detalha-se cada um desses pontos fortes.

- Vantagens Competitivas em Logística e Infraestrutura Urbana

A configuração espacial e a malha urbana de Aracaju emergem como um dos principais ativos estratégicos para a captação de eventos esportivos. A planicidade do terreno, a boa mobilidade e, de forma crucial, a sinergia entre a rede hoteleira e os locais de competição são consistentemente apontados como diferenciais que otimizam a operação de eventos e a experiência dos participantes. Tal percepção é claramente articulada no seguinte depoimento:

“O Ironman mesmo. Estou conversando com o pessoal do Ironman e a gente está sendo muito elogiado, porque dá para fazer todos os três circuitos do Ironman tudo muito próximo, envolvendo a cidade toda. [...] nós temos essa diferenciação em relação a outros estados. Praia próxima para os eventos, passeios e praia. Assim, é tudo muito mais fácil” (ABIH Sergipe).

Este relato evidencia que a proximidade geográfica entre os componentes essenciais de um evento esportivo – competição, hospedagem e lazer – minimiza a necessidade de deslocamentos complexos e onerosos. Essa característica intrínseca do destino não apenas reduz os custos operacionais para os organizadores, mas também eleva a qualidade da experiência do atleta, posicionando Aracaju de forma vantajosa em relação a outros destinos concorrentes. Conforme Gibson (1998), a integração entre infraestrutura, atrações e serviços é um fator decisivo para a atratividade de destinos de turismo esportivo, influenciando diretamente a satisfação do participante e a competitividade do local.

- O Crescente Apoio Institucional como Vetor de Desenvolvimento

Observa-se um consenso entre os entrevistados de que o engajamento do poder público, tanto em nível estadual quanto municipal, tem se intensificado. Esse apoio, manifestado por meio de investimentos diretos e da articulação intersetorial, é percebido como um fator determinante para a viabilização e atração de eventos de maior porte. A colaboração entre as pastas de Esporte e Turismo, por exemplo, é vista como fundamental.

“A articulação entre a Secretaria de Estado do Esporte e Lazer (SEEL) e a Secretaria de Estado do Turismo (SETUR) tem sido fundamental para a atração de grandes eventos esportivos. Ambas as pastas atuam de forma integrada, desde a captação até a promoção e divulgação das competições” (SETUR/SE).

A institucionalização do apoio governamental sinaliza uma mudança de paradigma, na qual o Turismo de Esportes passa a ser compreendido como um vetor estratégico para o desenvolvimento econômico e para o combate à sazonalidade turística. Essa articulação confere maior segurança e suporte aos organizadores, sendo um elemento crucial para a consolidação do destino no calendário esportivo nacional. Nesse sentido, Getz (2008a) ressalta que o envolvimento e o suporte das autoridades públicas são fundamentais para a sustentabilidade e o sucesso de eventos esportivos, pois garantem infraestrutura adequada, regulamentação eficiente e incentivo à participação de múltiplos atores no planejamento e execução das atividades turísticas.

- A Cultura e a Hospitalidade como Fatores de Agregação de Valor

Além dos atributos estruturais, os ativos intangíveis do destino, como o capital cultural e a hospitalidade, são identificados como elementos que agregam valor significativo à experiência do turista-atleta. A integração de manifestações culturais locais aos eventos esportivos é uma prática que enriquece o produto turístico e o diferencia no mercado.

“A cultura nacional é super, ultra, mega relevante nesse processo. Então, por isso que também a gente sempre busca nessas cerimônias de abertura, na cerimônia de premiação. [...] a gente sempre tenta representar essa cultura em todos os nossos campeonatos como uma forma também de atrativo” (CBG).

O entusiasmo e acolhimento dos sergipanos são percebidos como um diferencial, diz CBG descrevendo o destino como *“aconchegante, acolhedor”*. A SEJESP/AJU complementa, sugerindo o *“resgate dos esportes tradicionais esportivos na capital, como a corrida de barcos e a travessia Aracaju – Barra, para se diferenciar dentre os demais esportes”*.

A prática de incorporar elementos da cultura local, como apresentações folclóricas, transforma o evento esportivo em uma plataforma para o turismo de experiência. Essa estratégia

valoriza o patrimônio cultural do destino, fortalece sua imagem, estimula a interação do visitante com a comunidade e pode incentivar a ampliação do tempo de permanência. Chalip e McGuirty (2004) destacam que a integração entre esporte e cultura contribui para diferenciar o destino, ampliar o engajamento do público e potencializar os legados socioculturais do turismo esportivo.

- Capacidade de Sediamento de Eventos e Portfólio Diversificado

Sergipe tem demonstrado uma crescente capacidade de atrair e sediar eventos de diversas modalidades e envergaduras, desde competições regionais até internacionais. A Secretaria de Turismo de Sergipe destaca que:

“Em 2024, por exemplo, o estado sediou, aproximadamente, 20 eventos em níveis regional, nacional e internacional, como o Ironman 70.3, o Campeonato Sul-Americano de Ginástica e o Legends Game Brasil. Esses eventos colocaram Sergipe em evidência. A variedade de eventos, que inclui corridas de rua, beach tennis, automobilismo e ginástica, permite atingir diferentes públicos e promover o turismo esportivo de forma contínua ao longo do ano” (SETUR-SE).

Esse cenário está alinhado ao que Getz (2008a) aponta ao destacar que a diversidade e a regularidade dos eventos são fundamentais para manter a atratividade do destino, fortalecer sua imagem no mercado e estimular fluxos turísticos ao longo de diferentes períodos, evitando sazonalidade e consolidando o turismo de esportes como estratégia de desenvolvimento.

- Vantagens Geográficas, Climáticas e Logísticas

A geografia plana de Aracaju e sua proximidade com o litoral, aliada a um clima estável e agradável, configuram fatores altamente favoráveis à prática e à organização de eventos esportivos. A ABIH-SE salienta que “dá para fazer todos os três circuitos do Ironman tudo muito próximo, envolvendo a cidade toda”, destacando ainda a “mobilidade urbana muito boa, a cidade muito plana, variação de temperatura praticamente inexistente. A cidade com um clima agradável”. A FSA reforça essa percepção ao enfatizar que “pelo tamanho do Estado, isso facilita” a logística, além de lembrar que Sergipe está “entre dois polos de turismo muito fortes, a Bahia e a Alagoas”. A proximidade do aeroporto e da rede hoteleira em relação aos locais de evento, como no caso do Kartódromo Emerson Fittipaldi, é apontada como um diferencial competitivo (FSA), já que o kartódromo está “na principal área de turismo da nossa cidade” (FSA). Esses aspectos reforçam o que Getz (2008) observa sobre a importância da infraestrutura urbana, da acessibilidade e das condições ambientais como fatores determinantes na

atratividade de um destino para a realização de eventos esportivos, consolidando vantagens competitivas que potencializam o turismo de esportes.

- Impacto Socioeconômico Positivo

A realização de eventos esportivos em Aracaju gera impactos socioeconômicos diretos e indiretos significativos. A atração de atletas, suas equipes e familiares resulta em maior demanda por serviços turísticos. A ABIH-SE ressalta que “quem vem competir, geralmente, traz a família... o poder aquisitivo é maior... o período de permanência é maior”. Essa movimentação impulsiona a economia local, aquecendo setores como hotelaria, gastronomia, transporte e comércio. A SETUR-SE corrobora, afirmando que os visitantes “movimentam a cadeia do turismo, à medida que consomem em hotéis, bares e restaurantes, e, consequentemente, contribuem para aquecer a economia local com a geração de empregos e renda”. Além do impacto econômico, há também a contribuição social, em que o esporte “traz uma outra perspectiva para a vida das pessoas” (CBVD). Tais evidências estão em consonância com Gibson (1998), que enfatiza que o turismo esportivo produz benefícios que extrapolam a esfera econômica, abrangendo impactos sociais e culturais que fortalecem a identidade do destino, e com Getz (2008), ao afirmar que os eventos esportivos atuam como catalisadores de desenvolvimento econômico e de coesão social, consolidando-se como instrumentos estratégicos de planejamento turístico.

A análise comparativa das potencialidades do Turismo Esportivo em Aracaju, sob a ótica de atletas e espectadores e dos *stakeholders* institucionais, revela uma significativa convergência nos atributos fundamentais que tornam o destino atrativo. Ambos os grupos reconhecem e valorizam as vantagens geográficas e climáticas de Aracaju, como o clima ameno, a arborização e a beleza natural, que são percebidas por atletas e espectadores como elementos que favorecem a prática esportiva e o apelo estético da cidade. Essa percepção se alinha diretamente com as “vantagens competitivas em logística e infraestrutura urbana” e “vantagens geográficas, climáticas e logísticas” articuladas pelos *stakeholders*, que detalham a planicidade do terreno, a boa mobilidade e a proximidade estratégica entre a rede hoteleira e os locais de competição como facilitadores operacionais e atrativos para a captação de eventos, otimizando a experiência do participante.

Nesse sentido, vários autores estão em consonância com esse resultado. Gibson (1998) ressalta que fatores como acessibilidade, clima e condições ambientais figuram entre os principais elementos de atratividade para o turismo esportivo. De Carlos, Alén e Fraiz (2020) reforçam que o sucesso de destinos esportivos está diretamente vinculado à infraestrutura, à

logística urbana e à capacidade de integração com a hospitalidade local. Chalip e McGuirtry (2004) acrescentam que a experiência esportiva é ampliada quando os destinos conseguem articular a cultura e os serviços de apoio ao evento, criando valor para turistas e comunidades. Getz (2008b), por sua vez, sublinha que a complementaridade entre recursos naturais, organização estrutural e políticas públicas fortalece o posicionamento do destino e potencializa os benefícios socioeconômicos. Já Camargo (2004a) destaca a hospitalidade e o engajamento da comunidade como elementos centrais para agregar valor cultural e simbólico ao turismo esportivo.

Em termos de complementaridade, enquanto atletas e espectadores enfatizam o capital humano e cultural por meio da hospitalidade e do engajamento de atletas, os stakeholders aprofundam essa perspectiva ao destacar a capacidade de sediamiento de eventos e um portfólio diversificado, bem como o crescente apoio institucional como vetores estratégicos de desenvolvimento. A percepção do público sobre a hospitalidade e os eventos estabelecidos é complementada pela visão dos gestores sobre o uso da cultura local para agregar valor à experiência e pelo reconhecimento de um apoio governamental que se intensifica, culminando em impactos socioeconômicos positivos para a cadeia turística. Essa articulação entre a experiência do usuário e as condições estruturais e políticas delineadas pelos stakeholders configura um panorama robusto das potencialidades de Aracaju para a consolidação como um destino de referência no Turismo Esportivo.

4.1.4.3 Recomendações

As entrevistas com os principais *stakeholders* do turismo e do esporte em Sergipe e Aracaju revelam um conjunto de sugestões estratégicas para o desenvolvimento e consolidação do turismo esportivo na região. Essas propostas emergem da análise qualitativa das falas, contemplando desde o aprimoramento infraestrutural até a formulação de políticas públicas integradas e estratégias de marketing, sendo organizadas em cinco categorias temáticas inter-relacionadas: (a) Desenvolvimento e Modernização da Infraestrutura; (b) Formulação de Políticas Públicas e Planejamento Estratégico; (c) Fortalecimento da Colaboração e Governança; (d) Intensificação da Promoção e Marketing do Destino; e (e) Aprimoramento da Experiência do Visitante e Engajamento Comunitário. Tal abordagem dialoga com Getz (2008), que destaca que o turismo de eventos esportivos depende da integração entre infraestrutura adequada, políticas de gestão eficientes e estratégias de marketing orientadas à competitividade do destino, reforçando a importância de uma visão estratégica e colaborativa no planejamento desse segmento.

- Desenvolvimento e Modernização da Infraestrutura

Aprimorar a infraestrutura esportiva e de apoio é uma demanda transversal, considerada fundamental para a atração e retenção de grandes eventos:

“Um plano estratégico para melhorar a gestão, promoção e experiência nos eventos esportivos em Sergipe pode incluir ações divididas em... infraestrutura e logística, com investimento na modernização de arenas, pistas, quadras e espaços ao ar livre (praias, trilhas, ciclovias)” (SETUR/SE).

“[...] a questão é estrutura. Estrutura física... para a gente conseguir dar esse passo maior ainda, a gente precisa de mais estrutura esportiva” (CBG).

“[...] falta estrutura... olímpica, paralímpica [...]. Acessibilidade, rampa, banheiro, não existe.” Ele enfatiza que “Quando tiver isso, aí as confederações, as federações, os esforços, eles vão querer vir para cá. Porque você tem estrutura” (CBVD).

“[...] necessidade de ampliação da infraestrutura de apoio aos eventos, como logística, hospedagem e transporte” (SETUR/SE).

“[...] os interiores, principalmente alguns interiores que acabam não tendo tanta representação turística, poderiam ter equipamentos turísticos” (FSA).

- Formulação de Políticas Públicas e Planejamento Estratégico

A carência de uma política pública estruturada (lei de incentivo e orçamento anual) e de um planejamento integrado (plataforma digital integrada) é identificada como um ponto crítico, necessitando de ações coordenadas e orçamentos dedicados. A importância de políticas públicas claras e planejamento estratégico no turismo é ressaltada por Camargo (2004) e Beni (2006), que destacam que instrumentos legais e recursos financeiros consistentes são fundamentais para a consolidação e sustentabilidade de segmentos turísticos emergentes. Seguem os depoimentos dos entrevistados: “[...] uma lei de incentivo para o turismo de esportes, com recurso aprovado para captação de eventos independente de político e política”. E mais, “Leis de incentivo a base, com recurso e melhor interação com todos envolvidos no processo de desenvolvimento do Turismo de Esportes” (SEJESP). “Eu não sei se tem, mas eu acho que deveria ter um budget anual”. Ele reitera a necessidade de “uma política Pública permanente” (ABIH/SE).

“[...] a plataforma poderia reunir o Calendário de Eventos de Sergipe, informações sobre hospedagem, logística, roteiros turísticos, venda de ingressos, mapas interativos, canal de atendimento ao turista e conteúdos em diferentes idiomas. Também pode oferecer os resultados dos eventos” (SETUR/SE)

“[...] a gente está implantando agora um sistema... que todos os órgãos municipais vão dar essa autorização para esse evento... O primeiro ponto é essa organização que não existia

aqui em Aracaju”. Ele adiciona que, com esse sistema, *“toda a sociedade vai poder ter acesso... todo mundo vai se interessar em olhar quais são os calendários”* (SETUR/AJU).

- Fortalecimento da Colaboração e Governança

A união e a sinergia entre os diferentes atores, tanto do setor público quanto do privado, são vistas como indispensáveis para o progresso do turismo esportivo, a exemplo do aprimoramento da colaboração público-privada e inter-secretarias, visão holística do TE. Chalip e McGuirty (2004) destacam que a articulação eficaz entre stakeholders, combinada com o engajamento da comunidade local, potencializa os impactos positivos do turismo esportivo, transformando ações pontuais em legados duradouros e sustentáveis:

“Tem que existir uma união, entre o público e o privado para reunir todas essas questões, esses diferenciais em relação aos destinos que estão, então, pleiteando a vaga na realização do evento” (ABIH/SE).

“é preciso que a gente junto possa contribuir, todas essas entidades... para que a gente possa desenvolver mais essa área que é tão importante” (CBG)

“deveria as instituições, os órgãos públicos se reunirem e falar para a gente... a gente faça uma mesa redonda e que a gente converse, a gente passa a demanda para os responsáveis por cada etapa e a gente organiza o planejamento estratégico” (CBVD).

“o que eu sinto falta é que a gente, a sociedade, o evento esportivo, todo o esporte, ele resume no atleta. E o esporte, para o atleta performar... existe uma enorme cadeia para que isso aconteça... sinto a falta desse olhar 360 sobre o esporte” (CBG)

- Intensificação da Promoção e Marketing do Destino

A necessidade de uma divulgação mais ampla e direcionada para posicionar Sergipe como um destino de turismo esportivo foi recorrente, por meio de melhor divulgação, um plano de marketing do TE, exploração de novas modalidades e nichos. Kotler, Bowen e Makens (2010) ressaltam que estratégias de marketing bem estruturadas são fundamentais para a consolidação de destinos turísticos, sendo essenciais para atrair novos segmentos de mercado, explorar nichos específicos e fortalecer a imagem do destino no contexto nacional e internacional.

“consolidar rotas turísticas associadas ao esporte... identificar e divulgar os principais atrativos naturais e urbanos que favorecem a prática de esportes... com campanhas específicas para esportes como ciclismo, corrida, kitesurf, esportes aquáticos e aventura” (SETUR/SE).

“nós temos a área para se promover ainda a Náutica. Eu acho que deveria se pensar nisso” (FSA).

“É se especializar em algumas modalidades. E trazer pra cá” (ABIH-SE).

- **Aprimoramento da Experiência do Visitante e Engajamento Comunitário**

Garantir uma experiência de alta qualidade para os visitantes e envolver a comunidade local são aspectos cruciais para a sustentabilidade do setor, por meio da Integração Cultura-Esporte e Preparação do Trade; práticas sustentáveis e engajamento comunitário.

“Importante a cultura presente nos eventos esportivos, a fim de apresentar nossas tradições e ampliar a permanência dos atletas e entusiastas na cidade” (SEJES/AJU).

“Entrega de bons serviços. Treinar seu pessoal bem para estar recebendo bem esses turistas. E, também, de alguma certa forma, ter preços competitivos” (ABIH/SE).

“a gente tenta fazer sempre uma apresentação da quadrilha junina, sempre demonstrar a nossa castanha, o nosso caju” (SETUR/AJU).

“É muito importante a gente ter as questões ambientais, inclusive meu trabalho fala sobre sustentabilidade, de como a gente ter práticas sustentáveis durante os eventos esportivos” (FSA).

“integrar ações que envolvam a comunidade local, como torneios comunitários, acesso gratuito a eventos e programas esportivos para jovens, fortalecendo o impacto social” (SETUR/SE).

“o turismo só é bom quando é bom para todos. E justamente assim. Primeiro, antes de você pensar na pessoa que está fora do Estado... a gente tem que pensar no turismo dentro do Estado” (CBVD).

A convergência das sugestões aponta para a necessidade de um plano de desenvolvimento estratégico robusto e multisetorial para o turismo esportivo em Aracaju. A ênfase na infraestrutura, legislação de incentivo, colaboração interinstitucional e uma promoção direcionada, aliada à valorização da cultura local e à sustentabilidade, emerge como o caminho mais promissor para Aracaju consolidar sua posição como um destino de referência no cenário do turismo esportivo nacional e internacional. Chalip (2006) e De Carlos, Alén e Fraiz (2020) destacam que o planejamento estratégico integrado, aliado à articulação entre setores público, privado e comunidade local, é fundamental para transformar iniciativas pontuais em impactos duradouros e sustentáveis no turismo esportivo.

4.2 IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS, CULTURAIS E AMBIENTAIS DO TURISMO DE ESPORTE EM ARACAJU SOB A ÓTICA DO PÚBLICO PESQUISADO

O turismo de esporte, reconhecido globalmente por seu potencial transformador, exerce influência multifacetada sobre os destinos que o acolhem. Em Aracaju, a emergência desse segmento tem gerado debates e ações que evidenciam tanto oportunidades quanto desafios. Esta análise se propõe a examinar os impactos socioeconômicos, culturais e ambientais percebidos pelo público pesquisado (atletas, espectadores e principais *stakeholders*).

4.2.1 Percepção dos Atletas e Espectadores sobre Aspectos Socioeconômicos, Culturais e Ambientais (Práticas Sustentáveis) no Turismo de Esportes em Aracaju

Essa seção mede as ações e os gastos do participante como turista, ou seja, o comportamento de consumo, bem como avalia a percepção sobre os atributos do destino, considerando a qualidade da infraestrutura urbana, o ambiente social e cultural e as práticas de sustentabilidade percebidas. De acordo com Kotler, Bowen e Makens (2010), a análise do comportamento do consumidor turístico deve ir além do gasto monetário, incorporando também a percepção sobre a experiência vivida e a imagem do destino. Nesse sentido, compreender como os turistas avaliam fatores como hospitalidade, infraestrutura e sustentabilidade é essencial para orientar estratégias de gestão e promover o desenvolvimento competitivo do turismo de esportes.

A análise da dinâmica de hospedagem evidencia uma estrutura de participação tripartite que transcende a dicotomia simplista entre residentes e visitantes. Os dados revelam três perfis distintos: o participante local (residente em Aracaju), que constitui a base de engajamento comunitário; o turista externo (39% da amostra), vetor clássico do turismo interestadual e internacional; e o turista intrarregional, um segmento-chave que, embora residente em Sergipe, desloca-se de outros municípios. Essa estrutura revela que o contingente que efetivamente se comporta como turista (externo e intrarregional) é majoritário, uma realidade quantificada pelo fato de que 53% de todos os respondentes demandaram serviços de acomodação (Figura 4).

As implicações econômicas e metodológicas desta segmentação são profundas. Esse achado revela implicações econômicas relevantes para o entendimento do Turismo de Esportes em Aracaju. O contingente de 53% de visitantes que adotam um padrão híbrido de hospedagem — alternando entre meios formais, como hotéis e plataformas digitais (Airbnb), e a rede de capital social, como residências de amigos e familiares — amplia a complexidade da análise. Conforme Beni (2006), a atividade turística deve ser compreendida como um sistema em que múltiplos setores são mobilizados, e não apenas os tradicionalmente associados à hotelaria. Dessa forma, mesmo quando não ocorre a geração de receita direta na rede formal de

hospedagem, o consumo se desloca para outras áreas, como alimentação, transporte, comércio local e entretenimento, promovendo um efeito multiplicador sobre a economia.

Getz (2008) reforça que os eventos esportivos têm capacidade de estimular fluxos de consumo diversificados, pois atraem não apenas turistas externos, mas também residentes e visitantes domésticos, que movimentam diferentes segmentos do mercado. Do mesmo modo, Chalip (2004) argumenta que restringir a análise de impacto econômico apenas ao turista de fora da região pode falsear os resultados, já que o turismo esportivo envolve redes sociais locais e regionais que geram efeitos indiretos e induzidos.

Portanto, considerar exclusivamente os 39% de visitantes oriundos de fora do estado significaria desconsiderar um volume expressivo de consumo interno, que se manifesta de maneira distinta, mas igualmente relevante para o desenvolvimento do setor. Essa constatação dialoga com De Carlos et al. (2020), que destacam a necessidade de análises metodológicas mais abrangentes e realistas, capazes de captar o papel tanto do turismo doméstico quanto do internacional na cadeia de valor do turismo esportivo.

Figura 4. Utilização de meios de hospedagem.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Figura 5. Tipo de meios de hospedagem utilizados.

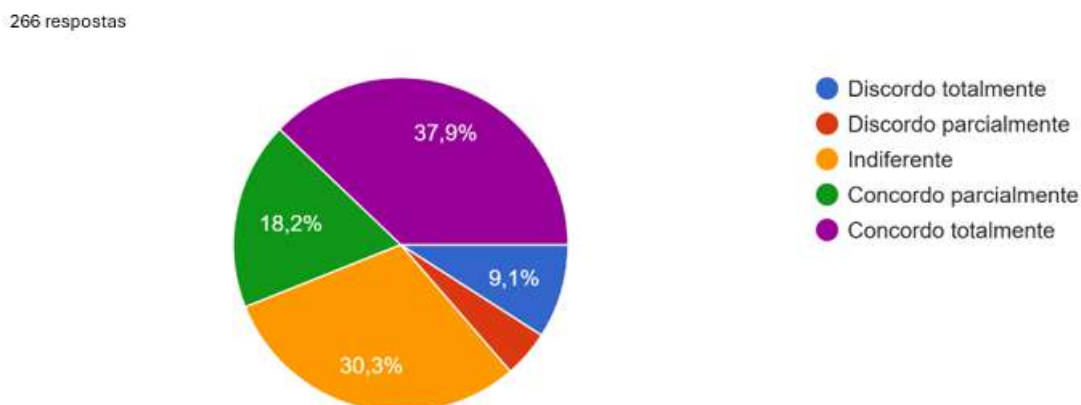


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Quanto à visitação aos atrativos turísticos (Figura 6), 37,9% dos participantes afirmaram ter utilizado a oportunidade para conhecer atrativos turísticos em Sergipe, e 18,2% concordaram parcialmente com essa afirmação. No entanto, chama a atenção o número elevado de respostas indiferentes (30,3%), indicando que uma parte expressiva dos participantes pode não ter sido impactada diretamente pela oferta turística associada aos eventos. Esse dado sugere a necessidade de melhor integração entre a programação esportiva e a promoção dos atrativos turísticos do estado, conforme defendem Chalip e McGuirly (2004), que destacam a importância da articulação entre eventos e experiências locais para maximizar seus efeitos no turismo.

Figura 6. Visitação aos atrativos turísticos.

19. Eu aproveitei o evento para conhecer atrativos turísticos em Sergipe.



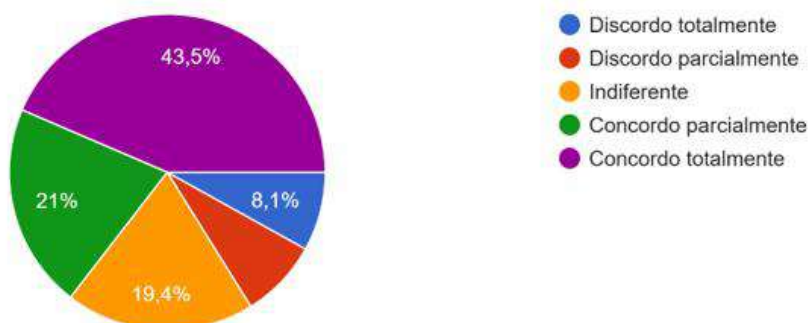
Fonte: Dados da pesquisa (2025).

No que tange ao acesso à informação turística (Figura 7) antes ou durante os eventos, 43,5% afirmaram ter tido acesso satisfatório, e 21% concordaram parcialmente. Ainda assim, 19,4% permaneceram indiferentes e cerca de 11% discordaram em algum grau. Esses números indicam que, embora a maioria tenha tido acesso a informações, ainda existem lacunas comunicacionais e oportunidades de melhoria no fornecimento de dados turísticos relevantes ao público participante.

Figura 7. Acesso a informações turísticas.

18. Eu tive acesso as informações turísticas antes e/ou durante esse evento esportivo.

266 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise da percepção dos participantes de eventos esportivos em Sergipe sobre o acesso à cultura e tradições locais revela um bom potencial para o fomento do turismo cultural. A pesquisa aponta (Figura 8) que 75,8% dos respondentes (39,4% de concordância total e 36,4% de concordância parcial) afirmaram ter tido algum nível de acesso à cultura e tradições sergipanas por meio do evento. Esse dado quantifica a capacidade intrínseca dos megaeventos esportivos de atuar como plataformas de difusão cultural, integrando a experiência esportiva à imersão no patrimônio e identidade local. Conforme destacado por Carraro (2009), o esporte, e especificamente o futebol, pode se tornar um vetor importante não apenas para o turismo esportivo, mas também para o turismo cultural, especialmente quando estruturas como museus e memoriais de clubes são integradas a roteiros turísticos, resgatando a história e os feitos que são parte da cultura nacional e local.

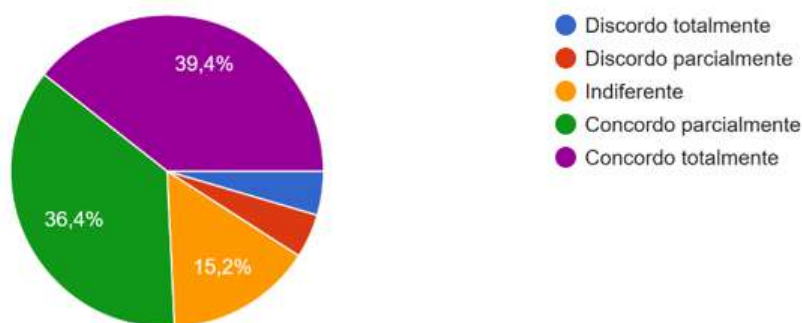
Contudo, apesar da alta taxa de percepção de acesso cultural, a nuance entre a concordância total e parcial, bem como as discordâncias e indiferenças sugerem um potencial ainda subaproveitado para a integração cultural mais profunda e imersiva. Isso indica a oportunidade de se desenvolver estratégias mais robustas para que os eventos esportivos funcionem como instrumentos otimizados de valorização e promoção da cultura local. A

inclusão de elementos simbólicos, manifestações artísticas e ações que promovam a interação direta dos participantes com as tradições sergipanas pode enriquecer significativamente a experiência, transformando o evento em um catalisador ainda mais potente do turismo cultural. Além disso, a relevância da cultura e do lazer como demanda social e dimensão importante dos projetos de melhoria da qualidade de vida e da saúde, conforme abordado por Peres *et al.* (2005), reforça a necessidade de integrar esses aspectos nas políticas públicas e iniciativas sociais.

Figura 8. Acesso à cultura e tradições sergipanas.

21. Por meio desse evento esportivo eu tive acesso à cultura e tradições sergipanas.

266 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

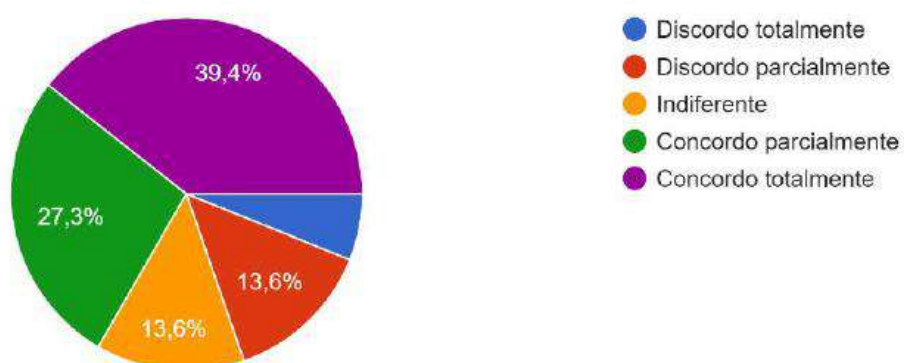
A percepção dos participantes acerca da mobilidade urbana em Aracaju, no que tange ao acesso aos locais dos eventos esportivos, revela um panorama majoritariamente positivo (Figura 9). A Figura 9 mostra que 67% dos respondentes (39,4% concordando totalmente e 27% parcialmente) indicando que a mobilidade facilitou seu acesso, há uma validação da infraestrutura de transporte e planejamento viário da cidade. Esta percepção é intrínseca à própria conceituação do turismo, uma vez que, como postulam Coriolano e Fernandes (2012) “sem mobilidade não há turismo”. A facilidade de deslocamento é, portanto, um pré-requisito fundamental para a efetivação da atividade turística, e os resultados sugerem que Aracaju tem atendido a essa demanda essencial para grande parte dos visitantes esportivos, corroborando a premissa de que a acessibilidade é um pilar central para a dinâmica do turismo. Nesse sentido, Beni (2006) já destacava que a infraestrutura de transportes e acessos integra os elementos básicos do sistema turístico, enquanto Getz (2008) reforça que a viabilidade logística constitui condição indispensável para a realização e atração de eventos esportivos.

Não obstante a satisfação majoritária, a existência de 13,6% de respostas indiferentes e 19,7% de discordância aponta para lacunas ou ineficiências que merecem atenção estratégica. Essa parcela de insatisfação reflete os paradoxos inerentes à mobilidade, conforme discutido por Sheller (2011), onde avanços tecnológicos e infraestruturais podem coexistir com pontos de fricção, como congestionamentos ou barreiras físicas. A mobilidade urbana, como um “atributo da coisa ou pessoa que é móvel” (Cocco, 2011), está intrinsecamente ligada à capacidade e aos meios disponíveis. Portanto, a otimização contínua da rede de transporte, sinalização e comunicação é fundamental para mitigar esses pontos de falha e garantir que a mobilidade seja uma experiência fluida para a totalidade dos participantes, reforçando a reputação de Sergipe como destino para o turismo esportivo e maximizando o bem-estar e a experiência do visitante.

Figura 9. Mobilidade urbana.

23. A mobilidade urbana facilitou o meu acesso aos locais desse evento esportivo.

266 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

A análise da satisfação dos respondentes com a gastronomia sergipana revela um ponto de força na experiência do visitante. Os resultados demonstram satisfação com 63,6% dos participantes indicando satisfação total e 15,2% concordando parcialmente, totalizando uma percepção positiva de 78,8% (Figura 10). Essa taxa de aceitação corrobora a visão de Camargo (2004b), para quem os elementos culturais e gastronômicos são determinantes na construção da atratividade e da identidade turística de um destino. A culinária local, rica em sabores e tradições, atua, portanto, como um vetor potente de imersão cultural, complementando a experiência esportiva e enriquecendo a memória afetiva do viajante, conforme também ressaltado por Dias (2020) em sua análise sobre a conexão intrínseca entre turismo esportivo e

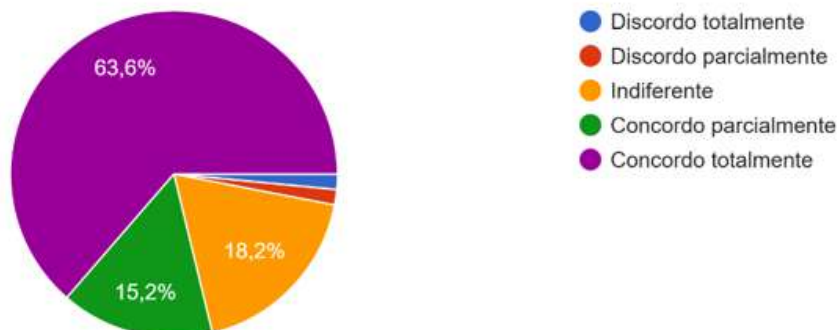
gastronomia, onde a busca por pratos típicos se torna parte integrante da jornada dos atletas e espectadores.

Apesar da satisfação majoritária, a parcela de 18,2% de indiferença e uma pequena porcentagem de discordância indicam uma margem para aprimoramento e alcance de um público ainda maior. Essa observação destaca a oportunidade de aprofundar as estratégias de promoção e valorização da culinária local, transformando-a em um pilar ainda mais robusto do turismo sergipano. A “Cartilha Gosto pelo Brasil” do Ministério do Turismo (Brasil, 2022), por exemplo, endossa a gastronomia como um ativo estratégico para a diversificação turística, valorização cultural e geração de renda. Ao investir em ações que ampliem a acessibilidade e a visibilidade da gastronomia típica — como roteiros culinários, festivais ou a inclusão explícita de pratos locais nos pacotes de eventos, Aracaju pode consolidar ainda mais sua identidade e maximizar o retorno da experiência gastronômica para todos os seus visitantes.

Figura 10. Satisfação quanto a gastronomia.

20. Eu fiquei satisfeito com a gastronomia de Sergipe.

266 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise da percepção dos turistas esportivos acerca da hospitalidade da comunidade local em Sergipe (Figura 11) revela um fenômeno favorável e um atributo distintivo do destino. Com 78,8% dos participantes sentindo-se totalmente acolhidos e 12,1% parcialmente, perfazendo um total de 90,9% de avaliações positivas, os dados evidenciam uma notável capacidade receptiva. Essa expressiva adesão corrobora a fundamentação teórica de Camargo (2004a), que postula a hospitalidade como um valor cultural intangível, intrínseco à identidade de um local e essencial na construção de vínculos entre o visitante e o destino. A manifestação de uma hospitalidade genuína pela comunidade local transcende a mera prestação de serviços,

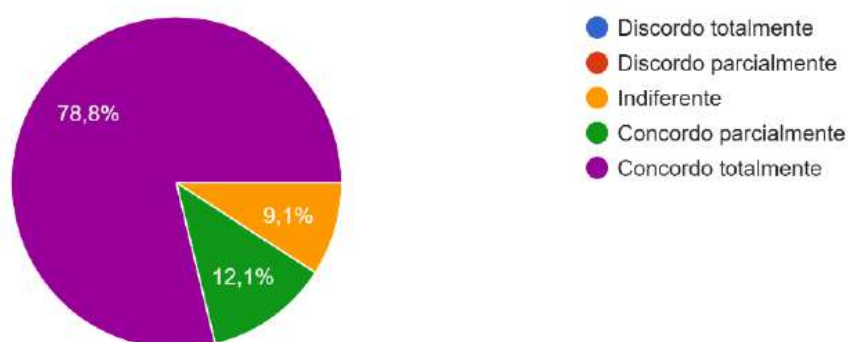
configurando-se como um fator catalisador da satisfação global do turista e um potente gerador de experiências memoráveis.

Essa expressiva percepção de acolhimento local em Sergipe ecoa achados de outros estudos de caso sobre eventos esportivos no Brasil. Conforme observado no estudo sobre o UFC 198 em Curitiba (Oliveira *et al.*, 2021), a hospitalidade da população foi um dos pontos positivos destacados pelos visitantes, impactando diretamente na duração da estadia e na intenção de retorno. Oliveira *et al.* (2021) enfatizam que a “hospitalidade possui uma associação positiva com o tempo de permanência dos turistas de eventos esportivos (Rocha; Fink, 2017), o que torna, portanto, a atitude dos residentes locais um dos elementos chave para o sucesso de um evento esportivo (Uvinha *et al.*, 2018, p. 32)”. A inexistência de discordância significativa em Sergipe, aliada a um reduzido percentual de indiferença (9,1%), solidifica essa hospitalidade como um robusto diferencial competitivo. Esse capital humano receptivo atua como uma alavanca para a formação de uma imagem positiva do destino, incentivando a recomendação e o retorno dos visitantes, elementos cruciais para o desenvolvimento turístico sustentável e para a capitalização plena desse valioso ativo intangível.

Figura 11. Acolhimento da comunidade local.

24. Eu me senti acolhido pela comunidade local durante o evento.

266 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise dos dados da Figura 12 (Intenção de Retorno a Sergipe) e da Figura 13 (Recomendação do Destino Sergipe) revela um cenário altamente positivo para o turismo no estado, indicando elevados níveis de satisfação e lealdade entre os turistas esportivos. A taxa de 78,8% de intenção de retorno e, mais expressivamente, de 89,4% de recomendação demonstram que os participantes não apenas tiveram uma experiência satisfatória, mas estão dispostos a repeti-la e a atuar como promotores espontâneos do destino. Essa performance

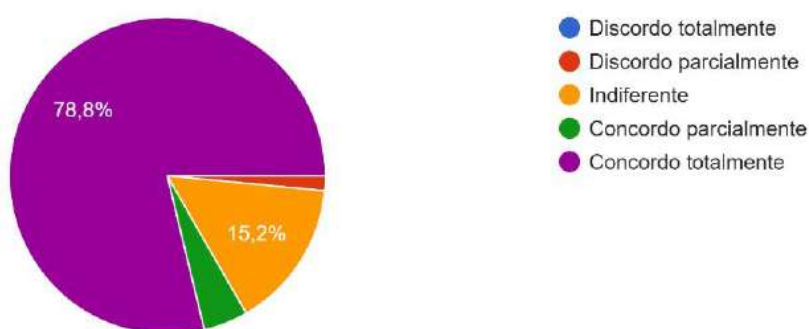
alinha-se diretamente com o conceito de “turistas promotores”, descrito por Kotler, Bowen e Makens (2010), que são indivíduos tão satisfeitos com a experiência que se tornam embaixadores do destino, contribuindo significativamente para a consolidação de sua imagem positiva por meio do marketing boca a boca e influenciando novos fluxos turísticos.

Esses resultados corroboram de forma robusta as conclusões da dissertação “Além da competição: Analisando o comportamento do consumidor em eventos esportivos e suas implicações para o turismo” de Mazza (2025). O estudo de Mazza, ao investigar as intenções comportamentais de turistas esportivos, confirmou a hipótese H5, demonstrando que “A satisfação geral com o evento possui efeito direto e positivo sobre a intenção comportamental do participante do evento esportivo” (Mazza, 2025, p. 48), com um coeficiente padronizado de 0,737, indicando uma forte relação. A dissertação enfatiza que “a satisfação com o evento é um forte preditor das intenções comportamentais do consumidor que participa de competições esportivas” (Mazza, 2025, p. 54), impactando diretamente o desejo de retorno e recomendação. A convergência entre os dados de Sergipe e os achados acadêmicos de Mazza (2025) reforça a eficácia das estratégias de experiência do participante e a importância de elementos como a hospitalidade, a mobilidade e a gastronomia — anteriormente analisadas — na construção de uma satisfação que se traduz em lealdade e promoção ativa do destino.

Figura 12. Retorno a Sergipe.

26. Eu voltaria à Sergipe para uma nova edição desse evento.

266 respostas

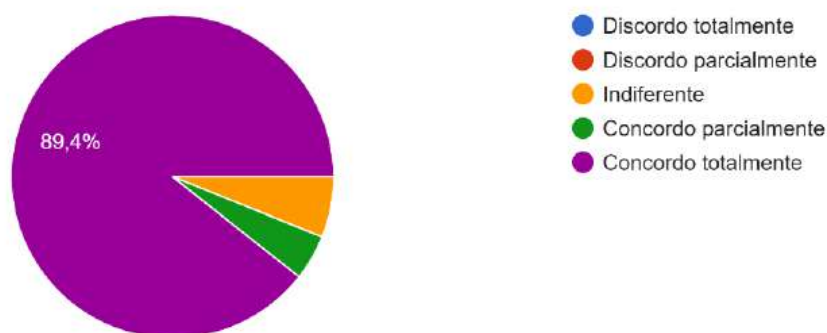


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Figura 13. Recomendação do destino Sergipe.

27. Eu recomendaria este evento em Sergipe para outras pessoas.

266 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

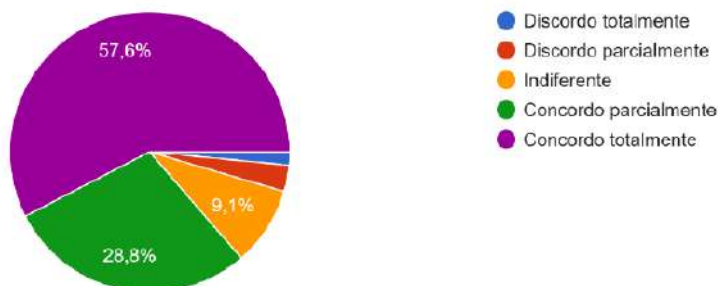
A avaliação da experiência geral dos participantes em eventos esportivos em Sergipe, conforme os dados da Figura 14, revela um patamar de excelência comparável a padrões internacionais. Com 57,6% dos respondentes concordando totalmente e 28,8% parcialmente que os eventos em Sergipe se equiparam às suas melhores experiências em outras regiões ou países, atinge-se um índice de aprovação de 86,4%. Essa métrica sublinha a notável capacidade competitiva do estado em oferecer experiências de alto nível, mesmo em um cenário nacional onde a infraestrutura para grandes eventos ainda se encontra em desenvolvimento. Tal sucesso valida a proposição de Getz (2008b), que enfatiza o papel dos eventos esportivos bem-organizados na consolidação da imagem de destinos em circuitos internacionais, desde que haja um compromisso com a qualidade da entrega da experiência e um engajamento efetivo com o público-alvo.

Reverendo o trecho em que Mazza (2025) destaca que “a satisfação com o evento é um forte preditor das intenções comportamentais do consumidor que participa de competições esportivas” (Mazza, 2025, p. 54) tem-se que o valor percebido exerce um impacto considerável na satisfação. Desse modo, a elevada percepção da experiência geral em Sergipe sugere que os participantes atribuíram um alto valor à sua vivência, o que, por sua vez, conduziu à sua satisfação. O conceito de “experiência geral” é, portanto, mais abrangente, integrando elementos como o valor econômico percebido, o acolhimento da comunidade, e talvez até aspectos emocionais e individuais da participação (como o atingimento de metas ou a atmosfera do evento), que Mazza (2025, p. 52) sugere serem importantes para a satisfação, além da qualidade do serviço isolada. A residual parcela de indiferença (9,1%) ou discordância (4,5%) demonstra que, embora haja sempre espaço para otimização, Sergipe se posiciona de forma proeminente na entrega de eventos esportivos de qualidade e memoráveis.

Figura 14. Experiência geral como participante.

28. A minha experiência geral como participante de eventos esportivos em Sergipe é comparável às melhores que já tive em outras regiões ou países.

256 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A percepção dos participantes acerca da adoção de práticas sustentáveis pela organização de eventos esportivos em Sergipe, conforme evidenciado na Figura 15, apresenta uma dispersão notável, contrastando com os elevados índices de satisfação observados em outras dimensões da experiência turística. Embora 39,4% dos respondentes concordem totalmente e 27,3% parcialmente (somando 66,7% de aprovação), um percentual significativo de 21,2% declarou-se indiferente, e 9,1% discordaram parcialmente. Essa distribuição dos dados aponta para um considerável espaço para aprimoramento tanto na implementação quanto na comunicação das ações sustentáveis, bem como para a consolidação de práticas que integrem de forma mais visível a preservação ambiental e a responsabilidade socioeconômica aos eventos. Tal cenário corrobora a perspectiva de Beni (2006), que enfatiza que a sustentabilidade em eventos turísticos transcende ações pontuais, exigindo um planejamento integrado, transparência nos processos e o engajamento ativo de todos os atores envolvidos.

A literatura acadêmica complementa essa compreensão. O estudo de Beni (2006) e Camargo (2004), ao analisar a sustentabilidade em eventos esportivos, destaca a necessidade de intensificar ações de conscientização e a colaboração entre organizações esportivas e comunitárias para a preservação ambiental. Os autores apontam que “os impactos benéficos do turismo esportivo só são sustentáveis se forem acompanhados por planejamento estratégico, gestão colaborativa e comunicação efetiva com a comunidade” (Beni, 2006; Camargo, 2004), o que se alinha com a dificuldade de percepção por parte dos respondentes em Sergipe. Iniciativas como eficiência energética, gestão de resíduos e uso de materiais sustentáveis são mencionadas, mas sua implementação deve ser clara e comunicada de forma a engajar o público.

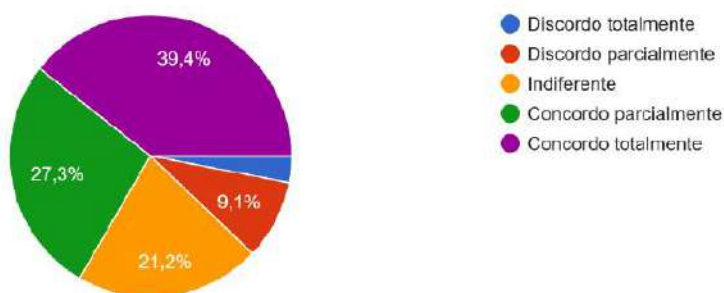
Adicionalmente, as reflexões de Beni (2006) e Getz (2008a) sobre eventos esportivos e sustentabilidade corroboram a ideia de que, frequentemente, as ações sustentáveis são “pontuais

e isoladas, não produzindo legados significativos para as cidades e para as populações locais” (Beni, 2006; Getz, 2008a, p. 36). A falta de um plano de conscientização ambiental robusto, tanto para moradores quanto para turistas, é um fator que dificulta a percepção e efetivação das ações (Chalip & McGuirly, 2004; Getz, 2008a, p. 37). Portanto, para que Sergipe consolide sua posição como destino de eventos esportivos sustentáveis, é imperativo que as práticas ambientais e socioeconômicas sejam não apenas implementadas de forma integrada, mas também visibilizadas e comunicadas de maneira transparente aos participantes, transformando a sustentabilidade em um diferencial competitivo tangível e percebido por todos.

Figura 15. Adoção de práticas sustentáveis.

25. Eu percebi que a organização do evento adotou práticas sustentáveis (preservação ambiental e questões socioeconômicas).

206 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A avaliação da segurança dos eventos esportivos em Sergipe, conforme os dados apresentados na Figura 16, revela muita aprovação por parte dos participantes, consolidando um pilar fundamental para o sucesso do turismo esportivo no estado. Com 63,6% dos respondentes concordando totalmente e 24,2% parcialmente que a segurança foi comparável às melhores experiências vivenciadas em outras regiões ou países, o índice de aprovação atinge 87,8%. A presença de uma minoria que discordou ou se mostrou indiferente ressalta o sucesso organizacional. Essa percepção positiva alinha-se com a premissa de Getz (2008b), que postula a segurança como um aspecto crucial para a credibilidade e a capacidade organizacional de destinos que almejam o desenvolvimento através do esporte.

A análise desses resultados em Sergipe encontra paralelos e contrastes com estudos sobre a segurança em eventos esportivos em outras regiões brasileiras. No contexto do “novo” Mineirão, em Belo Horizonte, Beni (2006) e Camargo (2004) destacam que a adequação dos estádios a padrões internacionais incluiu “exigências em termos de segurança” (Beni, 2006; Camargo, 2004, p. 270), com vigilância para evitar “comportamentos não desejados” (Beni,

2006; Camargo, 2004, p. 270). A valorização desses espaços se deu pelo cumprimento das exigências em termos de conforto e segurança. Essa ênfase na segurança estrutural e no controle do ambiente do evento contribui para a percepção de um ambiente protegido.

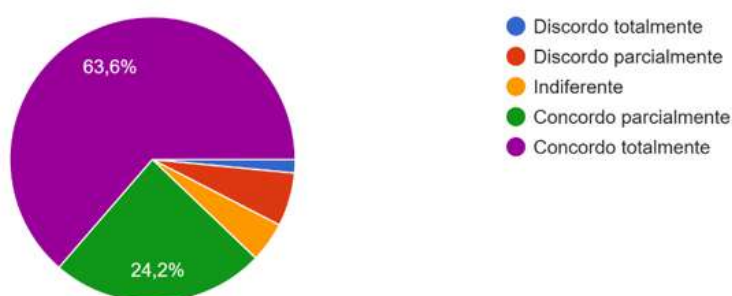
Por sua vez, estudos sobre eventos esportivos no Brasil oferecem uma perspectiva mais nuançada. Apesar de alguns visitantes destacarem limitações em termos de contingente policial e transporte público, Beni (2006) e Camargo (2004) ressaltam que a segurança da cidade e do evento pode ser percebida positivamente quando há organização adequada e gestão eficiente. Isso sugere que, mesmo com pontos específicos a melhorar na operação, a percepção geral de segurança permanece alta. A pesquisa também salienta que a segurança no Brasil ainda é um “ponto crítico” para turistas, especialmente internacionais (Beni, 2006; Camargo, 2004).

Em Sergipe, a alta aprovação da segurança nos eventos indica que a organização local conseguiu superar potenciais desafios, entregando uma experiência que gera confiança nos participantes. Essa capacidade de proporcionar um ambiente seguro é um componente vital na decisão dos turistas em participar e retornar a eventos, além de ser um forte argumento para a promoção do destino no cenário nacional e internacional de eventos esportivos, diferenciando-o e fortalecendo sua imagem.

Figura 16. Segurança

29. Percebi que a segurança desse evento esportivo foi comparável à dos melhores que já participei em outras regiões ou países.

266 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise da percepção dos participantes em eventos esportivos em Aracaju revela um cenário promissor para o turismo esportivo sergipano, sustentado por sólidos pilares de hospitalidade, segurança e alta satisfação geral, que se traduzem em expressivas intenções de retorno e recomendação. Contudo, essa performance superior contrasta com desafios notáveis na maximização do impacto econômico e na integração com a oferta turística local. A complexa dinâmica de hospedagem, que abrange turistas intrarregionais e a utilização híbrida de meios

de acomodação, sugere que o verdadeiro impacto econômico é subestimado por análises restritas a visitantes externos, demandando uma metodologia de mensuração mais abrangente e a customização de serviços para o público esportivo.

Criticamente, observa-se uma oportunidade considerável para aprimorar a articulação entre os eventos e os atrativos turísticos complementares, dada a baixa taxa de visitação e a percepção difusa sobre as iniciativas de sustentabilidade. A comunicação ineficaz dessas ações e a subutilização do potencial dos eventos como plataformas de difusão cultural e de lazer indicam que, apesar da excelência na operação principal, Aracaju ainda não capitaliza plenamente a experiência do turista. Para que a cidade transite de um mero anfitrião de sucesso para um destino turístico esportivo holístico e sustentável, é imperativo que as futuras estratégias se concentrem na integração sistêmica do evento com a cadeia produtiva local, na visibilidade das práticas sustentáveis e na promoção de uma imersão cultural mais profunda.

4.2.2 Percepção dos *Stakeholders* Entrevistados sobre os Impactos Socioeconômicos no Turismo de Esportes em Aracaju

Os impactos socioeconômicos do turismo esportivo são os mais tangíveis e frequentemente enfatizados pelos entrevistados, refletindo o foco no desenvolvimento econômico e na geração de renda.

4.2.2.1 Influxo Econômico e Geração de Emprego e Renda

A principal percepção é de que os eventos esportivos atuam como motores econômicos, atraindo visitantes e fomentando o consumo local. O influxo econômico refere-se à entrada ou ao fluxo de dinheiro, capital, investimentos ou recursos financeiros em uma determinada economia, setor, região ou país e geralmente indica um movimento positivo de recursos que tendem a dinamizar a atividade econômica, a exemplo da entrada de capital estrangeiro; aumento de receitas e injeção de dinheiro pelos órgãos governamentais (Cury, 2024). Seguem alguns depoimentos sobre o impacto econômico do TE.

“Cada competição atrai centenas, milhares de pessoas... movimentam a cadeia do turismo, à medida que consomem em hotéis, bares e restaurantes, e, conseqüentemente, contribuem para aquecer a economia local com a geração de empregos e renda” (SETUR/SE).

Complementarmente, ele destaca a abrangência desse impacto:

“O turismo esportivo estimula diversos setores da economia: desde o trade turístico ao de serviços. Também gera empregos temporários e permanentes, e estimula a economia informal, por intermédio dos vendedores ambulantes, que podem garantir renda extra ao longo do ano” (SETUR/SE).

A atratividade de um público com maior poder aquisitivo e a permanência estendida é reforçada pela ABIH/SE: *“quem vem competir, geralmente, traz a família... quem faz esporte, principalmente, de alto rendimento, o poder aquisitivo é maior... o período de permanência é maior” (ABIH/SE).*

A FSA quantifica esse impacto, mencionando que eventos como a Copa Brasil de Kart mobilizam a *“rede hoteleira, restaurantes, bares, postos de gasolina”* e que cada piloto geralmente traz *“mais 5 pessoas”*, gerando um *“efeito multiplicador”* na economia.

Diante dos depoimentos acima, verifica-se a unanimidade sobre o impacto econômico positivo no TE, que é consistente com a literatura e que aponta o turismo esportivo como um gerador de receita e emprego. Contudo, a dependência de investimento público para a captação de grandes eventos, como mencionado pela ABIH/SE, (*“o Iron Man... precisa de investimento público... Eles não vão vir se não tiver investimento público”*), sugere uma fragilidade na sustentabilidade do modelo. A necessidade de quantificação e comunicação desses impactos (como *“estudo de impacto”* citado pela CBG é crucial para justificar o investimento público e obter o apoio da comunidade, que nem sempre percebe os benefícios diretos em face de possíveis transtornos (*“o Iron Man, por exemplo, fechou as avenidas e tal, mas o que não é comunicado justamente são esses impactos”*)).

4.2.2.2 Redução da Sazonalidade e Promoção do Destino

O turismo esportivo é visto como uma estratégia eficaz para mitigar a sazonalidade do turismo tradicional de sol e praia. A SETUR/SE afirma que o turismo esportivo *“fortalece a imagem de Sergipe como destino turístico diversificado, atraindo visitantes durante todo o ano, não apenas na alta temporada”*. A SETUR/AJU complementa, destacando que Aracaju busca *“investir nesse turismo de esporte, no sentido de fomentar realmente a perda de baixa estação... A gente entende que são quatro meses de verão e oito meses aí que a gente precisa trabalhar o calendário esportivo”*. Ele ainda salienta que eventos promovem o destino: *“os eventos esportivos, eles promovem, de certa forma, o destino, né? O destino Aracaju”*.

A capacidade de *“dessazonalização”* é um benefício estratégico do turismo esportivo, pois atrai fluxos em períodos de baixa demanda, otimizando a utilização da infraestrutura

turística. A promoção do destino através da mídia e da experiência dos participantes, como apontado pela ABIH/SE (*“mídia gratuita, televisiva, em redes digitais para o nosso Estado”*) e pela *“divulgação promocional de Aracaju no e-mail de inscrição”* (SETUR/AJU), é um ativo valioso. No entanto, a eficácia dessa promoção depende da qualidade da experiência e da infraestrutura de apoio, que ainda apresenta deficiências.

4.2.3 Percepção dos *Stakeholders* Entrevistados sobre os Impactos Culturais no Turismo de Esportes em Aracaju

A cultura local emerge como um componente integrador e um diferencial competitivo no turismo esportivo de Aracaju.

4.2.3.1 Valorização e Integração da Cultura Local

A inserção de elementos culturais nos eventos esportivos é vista como um enriquecimento da experiência do visitante e um fator de diferenciação do destino, conforme destaca a SETUR/SE que:

“A cultura sergipana, a hospitalidade do povo, a culinária regional, as manifestações folclóricas e o patrimônio histórico agregam valor à experiência do turista... muitos atletas e acompanhantes estendem a estadia justamente para vivenciar o que o estado tem de autêntico”.

A CBG exemplifica essa integração: *“A cultura nacional é super, ultra, mega relevante nesse processo... A gente sempre tenta representar essa cultura em todos os nossos campeonatos como uma forma também de atrativo”*. Ele cita especificamente a apresentação de uma quadrilha junina em eventos de ginástica, que foi *“muito legal”*.

A CBVD reforça o apelo cultural do Nordeste: *“Quando você fala em trazer um campeonato para o Nordeste, o pessoal fala, ah, vamos para as praias, vamos para o forró”*.

A inclusão da cultura local em eventos esportivos é uma estratégia eficaz para promover o turismo de experiência. Contudo, a SETUR/AJU aponta uma lacuna: *“na pesquisa, ela levantou que a pessoa teve acesso, mas praticamente 30% não consumiu da cultura”*. Então, existe uma brecha grande para que a gente possa melhorar. Isso sugere que, embora haja uma oferta e um reconhecimento da importância da cultura, a efetiva absorção por parte dos turistas ainda pode ser otimizada, talvez através de pacotes mais integrados, informações mais acessíveis ou experiências mais imersivas. A hospitalidade sergipana, descrita pela CBG como

“aconchegante, acolhedora”, é um ativo cultural intangível de grande valor, que deve ser cultivado e promovido.

4.2.3.2 Engajamento Comunitário e Orgulho Local

O turismo de esportes também tem o potencial de mobilizar a comunidade local, gerando um senso de pertencimento e orgulho. A CBG afirma que: *“turismo, esporte e qualquer outra atividade, só é boa quando a população compra a ideia. Quando a população, a comunidade inteira... E aceita aquilo dali como uma coisa legal para eles”*. A população aracajuana, em particular, demonstra um forte engajamento com a prática esportiva e a qualidade de vida. A SETUR/AJU observa que: *“A população comprou a ideia pela questão da qualidade de vida... o esporte, como um todo, o aracajuano comprou muito a questão da qualidade de vida e do esporte. Então, isso chama muito a atenção”*.

A participação da comunidade é vital para o sucesso e a sustentabilidade de qualquer iniciativa turística. Quando a população se identifica com o esporte e vê os eventos como algo positivo para sua cidade, isso cria um ambiente acolhedor e genuíno para os visitantes. A valorização do “bem-estar” e do “esporte ao ar livre” pela população local, como destacado por Fábio Araujo Andrade, pode ser um diferencial competitivo e um atrativo adicional, criando uma imagem de destino vibrante e saudável.

4.2.4 Percepção dos Stakeholders Entrevistados sobre os Impactos Ambientais no Turismo de Esportes em Aracaju

A dimensão ambiental do turismo esportivo é reconhecida, embora com desafios na sua plena implementação e gestão.

4.2.4.1 Práticas Sustentáveis e Conscientização Ambiental

Alguns entrevistados apontam iniciativas e a preocupação com a sustentabilidade na organização de eventos. A SETUR/SE destaca o “Verão Sergipe” como um exemplo de evento que incorpora práticas sustentáveis: *“o ‘Verão Sergipe’ se destaca por incorporar práticas sustentáveis, como o projeto ‘Coleta do Bem’, que promove gestão de resíduos e visa gerar renda, além do incentivo à participação em esportes que demandam menos infraestrutura”*. Ele ainda relaciona o turismo esportivo com os ODS da ONU: *“ao adotar práticas sustentáveis em*

eventos esportivos, como gestão de resíduos e uso racional de recursos, promove-se uma consciência coletiva e responsabilidade ambiental”.

A CBG descreve as práticas internas de sua confederação:

“Pela CBG, sim, porque esse é um princípio nosso em todo e qualquer evento... utilização da água com copos menores, gera muito menos desperdícios... a gente busca de utilizar também materiais reciclados nos nossos processos, a nossa papelaria dentro da CBG... um dos nossos objetivos, um dos nossos valores”.

A integração de práticas sustentáveis é um avanço positivo, alinhando o turismo esportivo com agendas globais como a ODS 2030. No entanto, a menção de que “alguns eventos” já praticam a sustentabilidade sugere que não é uma prática universal, e que há espaço para maior disseminação e fiscalização. A necessidade de autorizações ambientais para eventos que utilizam recursos naturais (rios, praias), citada por SETUR/AJU, demonstra uma preocupação regulatória, mas também a complexidade de gestão desses impactos. A “Coleta do Bem” é um exemplo louvável de circularidade econômica e social atrelada à sustentabilidade.

4.2.4.2 Uso e Preservação de Recursos Naturais

A região possui vasta riqueza natural que pode ser utilizada para o turismo esportivo, mas isso demanda gestão cuidadosa para evitar impactos negativos. A FSA lamenta a perda de oportunidades na Praia do Saco: *“Na Praia do Saco era para fazer uma praça, o projeto do BIRD, o saneamento da Praia do Saco. Nada disso saiu do papel. Então, essas questões prejudicam... Acabam dificultando um pouco a divulgação do turismo de esportes também”.* Ele também aponta o potencial do Rio Vaza Barris para esportes náuticos.

A SETUR/AJU menciona a necessidade de estudos sobre as condições ambientais para eventos náuticos: *“qual é o período da vazão da água, para não ter água viva. Tudo isso é um estudo que a gente vai fazendo junto com as outras secretarias para a gente poder ofertar uma melhor experiência para o atleta e turista”.*

A utilização dos recursos naturais de Sergipe (praias, rios) para esportes como natação, vela, *jet ski* e SUP é uma vantagem comparativa. No entanto, o histórico de projetos ambientais não concretizados (como na Praia do Saco) e a necessidade constante de licenciamento e estudos ambientais para cada evento, indicam que a gestão integrada entre o desenvolvimento do turismo esportivo e a conservação ambiental ainda é um desafio. É fundamental que o planejamento leve em conta a capacidade de carga dos ecossistemas e promova a regeneração, evitando o uso predatório dos recursos que são a base da atratividade do destino.

Os depoimentos revelam que o turismo esportivo em Aracaju é percebido como um vetor de desenvolvimento, com impactos socioeconômicos substanciais, capacidade de valorizar a cultura local e um crescente, embora incipiente, alinhamento com práticas de sustentabilidade. A análise crítica, contudo, aponta para a necessidade de superação de desafios estruturais e de gestão. A dependência de investimentos públicos, a falta de uma política pública coesa, a necessidade de melhor integração cultural e a urgência de uma gestão ambiental mais robusta são elementos que precisam ser endereçados para que a região possa não apenas maximizar os benefícios, mas também garantir a longevidade e a resiliência do seu turismo esportivo. A percepção do turismo como algo que “só é bom quando é bom para todos”, como citado pela CBVD, ressalta a importância de um desenvolvimento inclusivo e consciente das diversas dimensões do impacto.

A análise comparativa das percepções sobre os impactos socioeconômicos, culturais e ambientais do turismo de esporte em Aracaju encontra respaldo e diálogo na literatura especializada.

No que tange aos impactos socioeconômicos, os resultados estão em consonância com Yang (2023), que enfatiza que os impactos mais tangíveis e frequentemente relatados do turismo esportivo são justamente os econômicos, sobretudo a geração de renda, a dinamização do comércio e a criação de empregos. De forma semelhante, Gibson (1998) e Getz (2008c) reconhecem que os eventos esportivos funcionam como indutores de fluxos econômicos, fortalecendo setores como hotelaria, gastronomia e transporte. Por outro lado, a constatação de que os turistas esportivos realizam poucas atividades complementares ao evento encontra eco nas observações de Chalip e McGuirty (2004), que apontam a necessidade de estratégias de “alavancagem” para maximizar os gastos turísticos e integrar melhor o evento ao destino. Assim, a literatura corrobora tanto as potencialidades econômicas do TE quanto os desafios na diversificação e captação plena do gasto turístico.

Em relação aos impactos culturais, os dados revelam uma forte convergência com a visão de Camargo (2004a), que associa a hospitalidade e a interação cultural à valorização do território, e com De Carlos, Alén e Fraiz (2020), que defendem a cultura local como diferencial competitivo capaz de enriquecer a experiência turística. O elevado nível de satisfação dos atletas e espectadores com a gastronomia, o acolhimento e a vivência cultural conectam-se diretamente com essa perspectiva teórica. Contudo, a lacuna apontada pelos stakeholders — o fato de cerca de 30% dos turistas não consumirem produtos culturais — sugere que, como já advertia Getz (2008b), a simples presença de recursos culturais não garante sua absorção pelo

visitante, sendo necessário desenvolver estratégias imersivas que integrem esporte, cultura e lazer.

No que concerne aos impactos ambientais, a percepção ambivalente dos turistas sobre sustentabilidade dialoga com a literatura de turismo responsável. Getz (2008b) destaca que a sustentabilidade, embora reconhecida como fundamental para a atratividade de longo prazo, ainda enfrenta dificuldades práticas de implementação e comunicação eficaz junto ao público. Os *stakeholders*, ao enfatizarem tanto iniciativas como o “Coleta do Bem” quanto os desafios regulatórios e de padronização, reforçam essa visão. A elevada percepção de segurança relatada pelos participantes, entretanto, corroboram Chalip e McGuirty (2004), que afirmam que a confiança e a sensação de proteção constituem pré-requisitos fundamentais para o sucesso de eventos esportivos e para o fortalecimento da imagem do destino.

Dessa forma, os resultados da pesquisa confirmam, em grande medida, os aportes teóricos de Gibson (1998), Getz (2008a), Chalip e McGuirty (2004), Camargo (2004b), De Carlos, Alén e Fraiz (2020) e Yang (2023), ao mesmo tempo em que revelam lacunas operacionais — como a baixa exploração do consumo cultural e as dificuldades na comunicação das práticas sustentáveis — que apontam para caminhos de aprimoramento da gestão do Turismo de Esportes em Aracaju.

4.3 BOAS PRÁTICAS E ESTRATÉGIAS DO TURISMO DE ESPORTES ADOTADAS EM OUTRAS REGIÕES OU PAÍSES SOB A ÓTICA DOS *STAKEHOLDERS*

A análise das entrevistas com os representantes do turismo e do esporte em Aracaju permitiu identificar uma série de boas práticas e estratégias observadas em outras regiões ou países, que são apresentadas pelos entrevistados como modelos ou inspirações para o desenvolvimento do turismo esportivo local. Esta seção discute essas estratégias em categorias temáticas, com uma análise crítica e a inclusão dos depoimentos relevantes.

O desenvolvimento do turismo de esporte em um destino exige uma compreensão aprofundada de modelos bem-sucedidos implementados globalmente. As entrevistas realizadas com os principais atores do setor em Aracaju fornecem *insights* valiosos sobre tais modelos, abrangendo desde a governança e infraestrutura até o marketing e o legado. Esta análise tem por objetivo sistematizar e criticar as estratégias apontadas pelos entrevistados, oferecendo um panorama das referências externas que podem informar o planejamento local.

Quanto à infraestrutura, Gibson (1998) observa que a competitividade dos destinos de turismo esportivo depende da capacidade de ofertar não apenas instalações adequadas para a

prática esportiva, mas também serviços complementares de qualidade (hospedagem, transporte, acessibilidade). Essa perspectiva dialoga com as referências feitas pelos *stakeholders* a experiências internacionais em que a infraestrutura é um fator decisivo para atração de grandes eventos.

No que se refere ao marketing e promoção, Chalip e McGuirty (2004) destacam a relevância da comunicação estratégica para posicionar um destino como hub esportivo, aprendendo com experiências externas em branding territorial. De Carlos, Alén e Fraiz (2020) reforçam que a combinação entre esporte e identidade cultural local é um diferencial que deve ser evidenciado em estratégias de marketing inspiradas em boas práticas globais.

Por fim, no eixo do legado, Yang (2023) aponta que os impactos socioeconômicos positivos do turismo esportivo são mais tangíveis quando os destinos aprendem com experiências internacionais a planejar a longo prazo, incorporando benefícios permanentes para a comunidade. Isso está em sintonia com as falas dos entrevistados, que sugerem a adoção de práticas internacionais de legado como inspiração para Sergipe.

4.3.1 Modelos de Governança e Parcerias

A governança eficaz e as parcerias estratégicas são elementos cruciais para a atração e sustentabilidade de eventos esportivos de grande porte. A criação de núcleos permanentes para atração de eventos (Rio de Janeiro):

“o Rio de Janeiro é um bom exemplo disso. Após sediar grandes eventos como o Pan-Americano 2007, a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas 2016, que foram marcos na projeção internacional do Rio, o estado criou um núcleo permanente para receber e promover competições de várias modalidades” (SETUR/SE).

A análise do fragmento da entrevista com a Setur/SE revela que a governança e as parcerias estratégicas constituem elementos indispensáveis para a atração e sustentabilidade de eventos no Turismo de Esportes (TE). O caso do Rio de Janeiro, com a institucionalização de um "núcleo permanente" pós-megaeventos (Pan-Americano 2007, Copa do Mundo 2014, Olimpíadas 2016), demonstra um compromisso de longo prazo que transcende a alternância de gestões políticas. Essa estrutura dedicada favorece o acúmulo de *expertise*, a padronização de processos e a manutenção de relações contínuas com federações e organizadores, alinhando-se à perspectiva de Getz (2008) sobre a necessidade de estruturas estáveis e parcerias para a perenidade e profissionalização da captação e gestão de eventos, maximizando os impactos positivos.

Essa abordagem é corroborada teoricamente por Beni (2006), que enfatiza a imperatividade da integração entre atores públicos e privados para a coordenação e sustentabilidade, e por Kotler, Bowen e Makens (2010), que destacam a eficácia de uma governança colaborativa e estratégica na consolidação da atratividade turística dos destinos.

O Engajamento Empresarial e Governamental Integrado (Luís Eduardo Magalhães/BA), na visão da FSA, mostra que: *“A 700 quilômetros de Salvador tem um evento nacional em um município, Luís Eduardo Magalhães, mas lá existe a soja, o empresário lá, comprou a ideia, o governo comprou a ideia lá”*. Este exemplo ilustra a importância da “compra da ideia” por múltiplos *stakeholders* – em particular, o setor empresarial local. A sinergia entre o poder público (municipal e estadual) e o setor privado, impulsionada pelos interesses econômicos locais (como a indústria da soja), pode gerar um modelo de financiamento e apoio robusto para eventos, minimizando a dependência exclusiva de verbas governamentais e promovendo a corresponsabilidade no desenvolvimento do turismo esportivo.

O investimento governamental desde a base e vínculo com a cultura local (Kakogawa/Japão):

“Quando eu fui convidado pelo prefeito de Kakogawa, uma cidade do Japão, lá eles visualizam o esporte... eles investem demais no esporte, desde o início. Eu visitei da base, eu visitei várias escolas com o prefeito e lá eles são obrigados a fazer um esporte olímpico e outro paralímpico... a economia deles, a cultura deles, realmente lá é esporte” (CBVD).

O modelo japonês demonstra uma abordagem holística e de longo prazo, integrando o esporte desde a educação básica e consolidando-o como pilar da cultura e da economia local. Conforme Gibson (1998), estratégias de turismo esportivo de sucesso dependem da integração entre educação, cultura, infraestrutura e engajamento comunitário, criando um ciclo virtuoso que forma atletas, engaja a população e fortalece a identidade do destino. Tal estratégia reforça que o turismo esportivo não se limita à atração de eventos, mas envolve a construção de uma cultura esportiva intrínseca ao local.

4.3.2 Estratégias de Infraestrutura e Eventos

A qualidade e adequação da infraestrutura são frequentemente citadas como decisivas para a atração e o sucesso dos eventos. A construção de grandes estruturas e geração de legado (Rio de Janeiro): *“Esses grandes eventos permitem a construção de uma estrutura... Por que o Rio de Janeiro hoje consegue? Porque ele tem um Parque Olímpico, que tem 30 hotéis na*

frente, que é só você atravessar a rua... Foi feito um investimento que se permaneceu. É um legado que fica” (CBG).

A experiência do Rio de Janeiro demonstra que investimentos robustos em infraestrutura para megaeventos podem gerar legados duradouros, potencializando o desenvolvimento do turismo esportivo e da economia local. Conforme Getz (2008), a criação de infraestrutura adequada é um elemento-chave para o sucesso de eventos esportivos, influenciando a atratividade do destino, a experiência dos participantes e a sustentabilidade das operações. Para destinos com menor capacidade de investimento, como Aracaju, o desafio é desenvolver infraestruturas multiesportivas ou especializadas, eficazes e sustentáveis, que possam ser utilizadas para múltiplos propósitos e, assim, maximizar os impactos econômicos e sociais.

No tocante à designação de áreas específicas para eventos (Salvador/BA): *“Salvador, na área do farol da barra, está sendo referência de local específico para corrida de rua”.* (SEJESP). A designação e adaptação de espaços urbanos ou naturais específicos para a prática esportiva e realização de eventos otimiza a logística, a segurança e a experiência dos participantes. Isso demonstra planejamento territorial e a capacidade de transformar ativos existentes em infraestrutura funcional, tornando o destino mais atraente e familiarizado com a organização de certas modalidades.

Sobre a excelência infraestrutural que atrai o uso de terceiros (São Paulo/CTs de Esporte):

“Você vê que a gente tem uma estrutura de excelência lá em São Paulo, que é o terceiro melhor do mundo. Ai o que acontece? O Pinheiros pede alugar, para alugar a pista de atletismo. O São Paulo, os outros clubes, os grandes clubes de lá, alugam a piscina para fazer treinamento do Olímpico lá” (CBVD).

A construção de centros de excelência que atendam a padrões internacionais não apenas apoia o desenvolvimento esportivo local, mas também os posiciona como um centro de treinamento ou competição procurado por entidades externas. Essa estratégia de “hub” gera receita adicional e fortalece a reputação do destino como referência no esporte, conforme aponta a CBVD.

4.3.3 Táticas de Marketing e Branding

A promoção eficaz do destino e dos eventos é vital para atrair participantes e público. A captação de patrocínios de marcas globais é ilustrada pelo caso do Rio Grande do Norte, em Jenipabu: *“lá no Rio Grande do Norte, a Red Bull patrocinou um evento das dunas de...*

Jenipabu? Jenipabu toda era patrocinada pela Red Bull. Então, lá eles fizeram um grande evento a nível internacional” (FSA).

A associação com marcas de renome não apenas garante financiamento para grandes eventos, mas também eleva o perfil e a credibilidade do destino no cenário internacional, atraindo um público-alvo engajado e fornecendo expertise em marketing e ativação de marca. Conforme Getz (2008), o envolvimento de patrocinadores estratégicos e o marketing integrado são elementos essenciais para aumentar a visibilidade do evento e consolidar a imagem do destino, ampliando seu potencial de competitividade e atração turística.

Além disso, a inclusão de manifestações culturais locais na programação dos eventos esportivos, como bandas típicas ou apresentações folclóricas, enriquece a experiência do participante e do espectador. Essa prática valoriza a autenticidade do destino, transforma a competição em um evento mais imersivo e memorável, incentiva a permanência dos visitantes e gera consumo adicional, fortalecendo simultaneamente a identidade cultural do local (Chalip & McGuirty, 2004).

4.3.4 Abordagens de Sustentabilidade e Legado

A dimensão da sustentabilidade e a construção de legados duradouros são cada vez mais importantes no planejamento do turismo esportivo. O legado de infraestrutura pós-megaeventos (Rio de Janeiro) é exemplificado pelo relato: “a partir da criação dessa estrutura, você consegue fazer legado. Você consegue criar processos depois” (CBG). O legado não se restringe apenas à infraestrutura física, mas também à expertise organizacional, ao capital humano capacitado e ao fortalecimento da imagem do destino. Embora megaeventos exijam investimentos massivos, a concepção prévia de como as estruturas e capacidades desenvolvidas serão utilizadas a longo prazo é fundamental para justificar os custos e garantir benefícios sustentáveis para a comunidade e o turismo. Conforme Getz (2008), a sustentabilidade em eventos esportivos envolve não apenas infraestrutura, mas também o desenvolvimento de competências organizacionais e sociais que assegurem impactos duradouros e positivos para o destino.

O esporte como parte da cultura e economia duradoura (Kakogawa/Japão) é destacado pelo CBVD: “a economia deles, a cultura deles, realmente lá é esporte... O esporte para eles é uma coisa que eles dão realmente para o mundo. Leva a sério”. A estratégia de Kakogawa sugere que o verdadeiro legado vai além da infraestrutura física, incorporando o esporte ao tecido social e econômico da cidade. Isso significa fomentar a prática esportiva na população, desenvolver a cadeia de valor do esporte e integrá-lo à identidade do lugar, garantindo que o

turismo esportivo não seja uma atividade pontual, mas um componente perene da vida e da economia do destino (Gibson, 1998).

A análise das boas práticas e estratégias de turismo esportivo observadas em outras regiões e países (Quadro 2), sob a ótica dos stakeholders, revela a criticidade de uma abordagem multifacetada e de longo prazo para o desenvolvimento do setor em Aracaju. Modelos bem-sucedidos demonstram a imperatividade de estruturas de governança perenes, que promovam a articulação público-privada e o investimento contínuo, desde a base esportiva até a infraestrutura de ponta. A integração estratégica de ativos culturais, a alavancagem de patrocínios globais e a concepção de legados que transcendem o evento físico, incorporando o esporte ao tecido social e econômico, emergem como pilares fundamentais. Para Aracaju, a assimilação desses paradigmas é essencial para otimizar a captação de eventos, fortalecer sua imagem como destino esportivo e garantir a sustentabilidade e o retorno socioeconômico de suas iniciativas.

Quadro 2. Boas Práticas/Estratégias.

Categoria Estratégica	Boa Prática/Estratégia Observada	Região/País de Referência	Descrição da Boa Prática
Modelos de Governança e Parcerias	Criação de Núcleos Permanentes para Atração de Eventos	Rio de Janeiro (Brasil)	Implementação de estruturas institucionais dedicadas à captação e gestão contínua de eventos esportivos, garantindo expertise, padronização de processos e relacionamentos duradouros com stakeholders, transcendendo ciclos políticos.
Modelos de Governança e Parcerias	Engajamento Empresarial e Governamental Integrado	Luís Eduardo Magalhães (Brasil)	Articulação sinérgica entre o setor público (municipal e estadual) e o setor privado local, resultando em corresponsabilidade no financiamento e apoio a eventos, minimizando a dependência exclusiva de recursos governamentais.
Modelos de Governança e Parcerias	Investimento Governamental desde a Base e Vínculo com a Cultura Local	Kakogawa (Japão)	Abordagem holística e de longo prazo que integra o esporte desde a educação fundamental, elevando-o a um pilar da cultura e economia local, promovendo formação de atletas e engajamento comunitário sustentáveis.
Estratégias de Infraestrutura e Eventos	Construção de Grandes Estruturas e Geração de Legado	Rio de Janeiro (Brasil)	Realização de investimentos massivos em infraestrutura esportiva para megaeventos, com planejamento para a utilização sustentável e perene das instalações desenvolvidas, gerando um legado duradouro.
Estratégias de Infraestrutura e Eventos	Designação de Áreas Específicas para Eventos	Salvador (Brasil)	Adaptação e oficialização de espaços urbanos ou naturais para a prática esportiva e realização de eventos, otimizando logística, segurança e a experiência do participante, e tornando o

			destino referência para modalidades específicas.
Estratégias de Infraestrutura e Eventos	Excelência Infraestrutural que Atrai Uso de Terceiros	São Paulo (Brasil)	Desenvolvimento de centros de excelência esportiva com padrões internacionais, que não só apoiam o esporte local, mas também atraem entidades externas para treinamentos e competições, fortalecendo a reputação do destino.
Táticas de Marketing e Branding	Patrocínio de Marcas Globais em Eventos	Rio Grande do Norte (Brasil)	Captação de patrocínios de marcas de renome global, que além de financiar eventos, elevam o perfil e a credibilidade do destino no cenário internacional, conferindo visibilidade e atraindo públicos específicos.
Táticas de Marketing e Branding	Integração Cultural na Experiência do Evento	Buenos Aires (Argentina)	Incorporação de manifestações culturais locais (ex.: bandas típicas) diretamente na programação dos eventos esportivos, enriquecendo a experiência do participante e espectador, valorizando a autenticidade e fortalecendo a identidade do destino.
Abordagens de Sustentabilidade e Legado	Legado de Infraestrutura Pós-Megaeventos	Rio de Janeiro (Brasil)	Concepção e gestão de investimentos em infraestrutura para grandes eventos com foco na sua utilização a longo prazo, garantindo que o retorno justifique os custos e beneficie a comunidade e o turismo de forma sustentável.
Abordagens de Sustentabilidade e Legado	Esporte como Parte da Cultura e Economia Duradoura	Kakogawa (Japão)	Estratégia que transcende o evento pontual, integrando o esporte ao tecido social e econômico do destino, fomentando a prática na população e desenvolvendo a cadeia de valor esportiva como um componente perene da identidade local.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

4.4 PROPOSTAS DE DIRETRIZES ESTRATÉGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE ESPORTE EM ARACAJU

A presente seção, fundamentada na análise aprofundada das percepções e dados coletados junto a atletas, espectadores e *stakeholders* do setor, bem como das boas práticas de outras regiões, dedica-se à proposição de um conjunto estruturado de diretrizes estratégicas. Estas propostas visam impulsionar a consolidação de Aracaju como um destino de excelência para o Turismo Esportivo no cenário nacional e internacional, maximizando os benefícios socioeconômicos, culturais e ambientais inerentes a essa atividade. Tais diretrizes representam uma abordagem sistêmica para capitalizar as potencialidades identificadas e mitigar as limitações observadas. Conforme Getz (2008), Beni (2012) e Liberato e Vieira (2021), a formulação de diretrizes estratégicas em turismo de eventos deve integrar análise de

stakeholders, avaliação de impacto e planejamento de longo prazo, garantindo que as ações propostas promovam desenvolvimento sustentável, fortalecimento da imagem do destino e maximização dos benefícios econômicos, sociais e culturais.

I - Fortalecimento da Governança e Planejamento Estratégico Integrado

- **Elaborar um Plano Estratégico Unificado e Perene:** Desenvolver um plano de longo prazo para o TE, com metas claras, indicadores de desempenho e um orçamento anual dedicado, buscando leis de incentivo que garantam continuidade independentemente de gestões políticas.
- **Propor e Implementar Legislação de Incentivo e Financiamento Contínuo:** Elaborar uma proposta de lei de incentivo específica para o turismo de esporte, garantindo a alocação de recursos anuais e a criação de um fundo dedicado para captação e realização de eventos e desenvolvimento da infraestrutura.
- **Estruturar um Comitê Gestor Interinstitucional Permanente:** Formalizar e operacionalizar um conselho ou comitê com representação paritária do poder público (municipal e estadual, de turismo, esporte, cultura, meio ambiente e infraestrutura), iniciativa privada (trade turístico, federações) e comunidade, responsável pela execução, monitoramento e atualização contínua do plano estratégico.
- **Criar uma Plataforma Digital Centralizada:** Estabelecer uma estrutura institucional que centralize o calendário de eventos, informações sobre infraestrutura (hoteleira, acessibilidade), processos burocráticos (licenciamento) e comunicação entre todos os atores (poder público, iniciativa privada, federações).
- **Desenvolver Indicadores de Desempenho e Mecanismos de Monitoramento:** Estabelecer *Key Performance Indicators (KPIs)* ou indicadores chave de desempenho claros para cada objetivo, garantindo a mensuração do progresso, a transparência e a capacidade de realizar ajustes estratégicos baseados em dados, assegurando a continuidade das políticas públicas.

II - Intensificação da Promoção, Marketing e Posicionamento do Destino

- **Desenvolver um Plano de Marketing Estratégico para o TE:** Criar campanhas de divulgação amplas e direcionadas para públicos externos (nacional e internacional), destacando a vocação de Aracaju para diferentes modalidades esportivas, a exemplo de corrida, ciclismo, *kitesurf*, ginástica, triatlo.
- **Criação de uma Plataforma Digital Integrada de Turismo de Esportes de Aracaju:** Desenvolver um portal e aplicativo com informações abrangentes sobre eventos, locais

para prática esportiva, roteiros personalizados, informações sobre hospedagem, gastronomia, transporte e serviços de apoio. A plataforma deve ser intuitiva, multilíngue e com funcionalidades de geolocalização e agendamento.

- Campanhas de Marketing Digital Direcionadas: Investir em publicidade online segmentada para atletas, clubes, federações e entusiastas de esportes, utilizando redes sociais, plataformas especializadas e influenciadores digitais do universo esportivo. Destacar os diferenciais de Aracaju: clima, paisagens, segurança, hospitalidade e diversidade de modalidades que favorecem a prática esportiva, integrando-os a roteiros turísticos que prolonguem a estadia dos visitantes.
- Participação em Feiras e Eventos Nacionais e Internacionais do Setor Esportivo e de Turismo: Marcar presença nos principais encontros da indústria, apresentando Aracaju como destino, realizando *networking* e buscando novas oportunidades de negócios e parcerias.
- Buscar Parcerias com Marcas Globais: Atrair patrocínios de grandes marcas para os eventos, elevando o perfil e a visibilidade de Aracaju no cenário esportivo mundial, como observado em Jenipabu/RN.
- Aproveitar o Marketing Boca a Boca e Digital: Incentivar e amplificar a recomendação espontânea dos participantes satisfeitos, utilizando as redes sociais e plataformas digitais para promover a imagem do destino.

III - Qualificar e Ampliar a Infraestrutura Esportiva e de Apoio ao Turismo de Esportes

- Mapeamento Detalhado e Diagnóstico da Infraestrutura Existente: Realizar um levantamento completo das instalações esportivas (públicas e privadas), acomodações, acessos, hospitais, e outros serviços de apoio em Aracaju, identificando pontos fortes e gargalos em termos de capacidade, conservação e adequação para diferentes modalidades.
- Elaboração de um Plano de Modernização e Desenvolvimento de Infraestrutura Sustentável: Com base no diagnóstico, propor projetos prioritários para a reforma e construção de novas instalações que atendam a padrões nacionais e internacionais, com foco em sustentabilidade (uso de energias renováveis, gestão de resíduos), multifuncionalidade, acessíveis para o paradesporto (rampas, banheiros adaptados).
- Otimizar a Infraestrutura de Apoio aos Eventos: Melhorar a logística, o transporte e os serviços de hospedagem e alimentação, garantindo que estejam preparados para as necessidades específicas do público esportivo (ex.: alimentação adequada para atletas).

- Desenvolvimento de Rotas e Circuitos Esportivos Urbanos e Naturais: Criar e sinalizar trilhas, ciclovias e percursos para corrida em áreas estratégicas da cidade e arredores, destacando os atrativos naturais e culturais. Isso inclui a instalação de pontos de apoio, hidratação e segurança para praticantes de esporte recreativo e competitivo.
- Explorar o Potencial de Espaços Naturais: Realizar estudos de viabilidade e impacto ambiental para o uso de rios e praias (como o Rio Vaza Barris e a Praia do Saco) para esportes náuticos, implementando projetos de saneamento e preservação.

IV - Promover a Sustentabilidade e a Integração da Comunidade Local no Turismo de Esportes

- Elaborar e Implementar de Diretrizes de Sustentabilidade para Eventos Esportivos: Desenvolver um manual de boas práticas para organizadores de eventos em Aracaju, que inclua temas como gestão de resíduos, uso consciente de água e energia, redução da pegada de carbono, e promoção da cultura local, garantindo que o crescimento do setor seja ecologicamente responsável, alinhando-se aos ODS da ONU.
- Garantir a Preservação Ambiental no Uso de Recursos Naturais: Realizar estudos e monitoramento ambiental para eventos que utilizem praias, rios e áreas verdes, assegurando a capacidade de carga dos ecossistemas e a recuperação ambiental pós-evento.
- Criar Programas de Engajamento e Benefício Comunitário: Desenvolver iniciativas que envolvam diretamente as comunidades locais, especialmente em áreas onde os eventos ocorrem ou as atividades esportivas são praticadas. Isso pode incluir a formação de voluntários, o estímulo a pequenos empreendedores locais (artesanato, gastronomia), e a promoção de atividades esportivas e culturais inclusivas para a população.
- Fomento à Pesquisa e Inovação em Turismo de Esportes Sustentável: Em parceria com as instituições de ensino, incentivar estudos sobre os impactos socioambientais e econômicos do turismo de esportes em Aracaju, buscando soluções inovadoras e adaptadas à realidade local para maximizar os benefícios e mitigar os desafios.
- Fomentar o Legado Estrutural e Social: Planejar que os investimentos em infraestrutura para eventos sirvam à comunidade a longo prazo, e que os eventos contribuam para o desenvolvimento do esporte local desde a base, promovendo saúde e bem-estar.

- Conscientizar a Comunidade sobre a Sustentabilidade: Desenvolver programas de educação ambiental para moradores e turistas, visando o consumo consciente e a preservação do patrimônio natural.

V - Fomentar a Captação e Realização de Eventos Esportivos de Médio e Grande Porte

- Criar um Escritório de Captação de Eventos Esportivos: Estabelecer uma célula dedicada, preferencialmente com representação das secretarias de turismo (municipal e estadual) e do trade, para identificar e prospectar grandes eventos nacionais e internacionais compatíveis com o perfil de Aracaju e suas capacidades. Este escritório deverá atuar ativamente na simplificação dos processos burocráticos e na articulação com órgãos licenciadores, utilizando, quando possível, sistemas integrados para agilizar as autorizações de eventos.
- Desenvolver um Calendário Anual Integrado de Eventos Esportivos: Mapear os eventos já existentes, potencializá-los e criar eventos proprietários que valorizem as características naturais de Aracaju (ex.: corridas de rua temáticas, competições aquáticas no Rio Sergipe e orla, eventos de ciclismo em parques e áreas urbanas), com foco na redução da sazonalidade turística. Este calendário deve ser divulgado amplamente em plataformas digitais e em feiras do setor.
- Realização da “Semana do Turismo de Esportes de Aracaju”: Implementar um evento anual consolidado que combine competições, workshops, fóruns de negócios e visitas técnicas para organizadores de eventos. A Semana serviria como vitrine das potencialidades de Aracaju, incentivando a prospecção e a geração de novas oportunidades.
- Desenvolver um plano de prospecção e negociação com companhias aéreas para ampliar a malha aérea e a frequência de voos para Aracaju, visando melhorar a acessibilidade e a competitividade do destino para eventos e turistas esportivos, e, se possível, reduzir os custos das passagens, conectando a cidade a mercados emissores estratégicos.
- Otimizar a Mobilidade Urbana em Dias de Evento: Aprimorar o planejamento e a gestão do trânsito para facilitar o acesso aos locais de competição e minimizar transtornos para moradores e visitantes.

VI - Fortalecer a Capacitação Profissional e a Qualidade dos Serviços Turísticos Esportivos

- **Diagnóstico das Necessidades de Qualificação do Trade Turístico e Setor Esportivo:** Realizar pesquisas e workshops com hotéis, restaurantes, agências de receptivo, guias, profissionais de segurança e saúde, identificando as principais lacunas em atendimento a turistas e atletas, gestão de eventos e conhecimento de modalidades esportivas.
- **Desenvolvimento de Programas de Capacitação e Certificação Específicos:** Em parceria com instituições de ensino superior (representadas na comissão) e Sistema S (SENAC, SESI etc.), criar cursos, oficinas e treinamentos em áreas como gestão de eventos esportivos, primeiros socorros em atividades ao ar livre, atendimento bilíngue, logística para delegações e hospitalidade esportiva, necessidades e o perfil do turista esportivo, visando qualificar o Trade Turístico para o Público Esportivo
- **Estabelecimento de um Programa de Intercâmbio Esportivo e de Conhecimento:** Criar um programa que permita o intercâmbio de atletas e profissionais sergipanos com centros de excelência no Brasil e no exterior, e que atraia atletas e técnicos de outras regiões para treinamentos e clínicas em Aracaju, fomentando a troca de experiências e a elevação do nível técnico local.
- **Melhorar os Processos de Comunicação e Inscrição Pré-Evento:** Otimizar as plataformas digitais, garantindo facilidade no processo de inscrição e acesso a informações claras e completas antes da chegada dos participantes.
- **Aprimorar a Sinalização Turística e Informações Consolidadas:** Assegurar que a cidade tenha sinalização turística clara e que informações sobre hospedagem, mobilidade, atrativos e serviços estejam facilmente acessíveis aos participantes.
- **Preservar e Promover a Hospitalidade Local:** Valorizar o acolhimento e a receptividade da comunidade aracajuana, que é um diferencial percebido pelos visitantes, incentivando a interação positiva.

VII - Fortalecimento do Impacto Socioeconômico e Engajamento Cultural e Comunitário

- **Quantificar e Comunicar os Impactos Econômicos:** Realizar estudos de impacto detalhados dos eventos e comunicar esses benefícios (geração de renda, empregos, movimentação da economia local) de forma transparente à comunidade, justificando investimentos públicos e privados.

- Integrar a Cultura Local aos Eventos Esportivos: Incorporar manifestações culturais sergipanas (gastronomia, música, dança, artesanato) nas cerimônias, nos percursos e nas atividades paralelas dos eventos, enriquecendo a experiência do visitante e incentivando o consumo cultural.
- Estimular o Engajamento da Comunidade Local: Incentivar a participação de moradores em torneios comunitários, voluntariado e acesso facilitado a eventos, fortalecendo o senso de pertencimento e o orgulho local pelo esporte.
- Promover um Desenvolvimento Inclusivo: Assegurar que os benefícios do TE se estendam a todos os segmentos da sociedade, incluindo o pequeno comércio e a economia informal, garantindo que o turismo seja “bom para todos”.

Em consonância com as premissas de planejamento estratégico em turismo defendidas por Beni (2012) e Hall (2004), que ressaltam a necessidade de uma abordagem sistêmica e proativa para o desenvolvimento de destinos, bem como os princípios de planejamento municipal de Liberato e Vieira (2021) e os fundamentos do planejamento estratégico de Rezende (2011), a implementação coordenada e contínua das diretrizes estratégicas é crucial para o avanço do Turismo Esportivo em Aracaju.

Essas estratégias, detalhadas no modelo de Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esporte de Aracaju presente no Apêndice G, juntamente com outras informações relevantes para a elaboração de um plano completo, representam um esforço planejado para transcender a condição de mero anfitrião de eventos. Ao focar na captação qualificada, na modernização da infraestrutura, na promoção especializada, na capacitação profissional, na sustentabilidade e no fortalecimento da governança e do marco legal-orçamentário, Aracaju estará apta a se consolidar como um referencial em turismo esportivo. Este esforço conjunto, guiado por um planejamento rigoroso, não apenas otimizará os benefícios socioeconômicos e culturais para a comunidade local, mas também assegurará um desenvolvimento ambientalmente responsável, solidificando a posição do destino no competitivo panorama do turismo esportivo global.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como questão problema da pesquisa: "Quais estratégias podem ser adotadas para fortalecer o Turismo de Esportes em Aracaju, otimizando seus impactos socioeconômicos, culturais e ambientais?". Em resposta a essa indagação, o objetivo geral que norteou a presente dissertação foi elaborar diretrizes estratégicas para impulsionar o Turismo de Esportes em Aracaju, maximizando seus benefícios socioeconômicos, culturais e ambientais.

Para tanto, a investigação foi guiada por objetivos específicos, a saber: (1) mapear a situação atual do turismo de esportes em Aracaju sob a ótica dos participantes (atletas e espectadores) e dos principais *stakeholders* locais; (2) analisar os impactos socioeconômicos, culturais e ambientais do turismo de esporte na cidade de Aracaju sob a percepção dos stakeholders; (3) identificar as boas práticas e estratégias bem-sucedidas em outras regiões ou países que pudessem ser adaptadas para Aracaju, novamente sob a ótica dos stakeholders; e (4) elaborar um Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esportes em Aracaju.

A pesquisa revelou que Aracaju possui atributos intrínsecos que a qualificam como um destino promissor para o turismo de esportes, conforme as perspectivas dos participantes e dos *stakeholders*. O mapeamento da situação atual (Objetivo Específico 1) delineou um perfil de participante predominantemente adulto, com elevado poder aquisitivo e capital cultural, buscando o bem-estar e a superação pessoal. A experiência geral nos eventos é altamente satisfatória, destacando-se a organização e a infraestrutura dos eventos, a gastronomia e, principalmente, a hospitalidade local, elementos que geram alta intenção de retorno e recomendação do destino. Contudo, foram identificadas fragilidades no processo de inscrição e comunicação pré-evento, na integração dos atrativos turísticos complementares e na visibilidade das práticas de sustentabilidade.

As limitações percebidas pelos *stakeholders* incluem a ausência de um planejamento estratégico integrado, infraestrutura esportiva especializada insuficiente (especialmente para o paradesporto), conectividade aérea restrita, lacunas na profissionalização dos serviços e uma promoção e marketing ainda incipientes. Por outro lado, as potencialidades do TE de Aracaju percebidas foram: vantagens competitivas em logística e infraestrutura urbana; o crescente apoio institucional como vetor de desenvolvimento; a cultura e a hospitalidade como fatores de agregação de valor; capacidade de sediamiento de eventos e portfólio diversificado; vantagens geográficas, climáticas e logísticas e impacto socioeconômico positivo.

A análise dos impactos sob a ótica dos atletas, espectadores e *stakeholders* (Objetivo Específico 2) corroborou a percepção de que o turismo de esportes é um vetor significativo de

desenvolvimento socioeconômico, impulsionando o influxo econômico, a geração de emprego e renda, e a redução da sazonalidade turística. Culturalmente, os eventos promovem a valorização e integração da cultura local, bem como o engajamento comunitário e o orgulho, embora exista uma lacuna na efetiva absorção cultural por parte dos turistas. Quanto aos impactos ambientais, identificou-se um estágio incipiente na implementação e comunicação de práticas sustentáveis, com potencial de melhoria.

No que tange às boas práticas (Objetivo Específico 3), os *stakeholders* apontaram modelos de governança e parcerias (como a criação de núcleos permanentes no Rio de Janeiro e o engajamento empresarial em Luís Eduardo Magalhães/BA), estratégias de infraestrutura e eventos (grandes estruturas e legados no Rio, designação de áreas em Salvador), táticas de marketing e branding (patrocínio de marcas globais em Jenipabu/RN) e abordagens de sustentabilidade e legado (esporte como cultura duradoura em Kakogawa/Japão). Todos esses resultados serviram como base para a formulação de diretrizes estratégicas adaptadas à realidade de Aracaju.

Por fim, culminando nos objetivos específicos, foi elaborado o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esportes em Aracaju (Objetivo Específico 4), estruturado com base nos diagnósticos levantados, incorporando a missão, visão, valores e uma série de objetivos e estratégias específicas e acionáveis, visando a institucionalização, qualificação e promoção sustentável do segmento.

Os achados da pesquisa reforçam a premissa de que o turismo de esportes em Aracaju, embora em estágio de crescimento, possui um potencial intrínseco significativo. A combinação de atributos como clima ameno, paisagens naturais propícias, segurança e uma população naturalmente acolhedora, destacada pelos participantes, converge com a literatura que aponta esses fatores como diferenciais competitivos para destinos esportivos (Gibson, 1998; Getz, 2008). A elevada satisfação dos participantes com a experiência global e a intenção de retorno, mesmo diante de lacunas pontuais, sublinha a resiliência do destino em oferecer vivências de qualidade.

A identificação de uma base sólida de atletas amadores, impulsionada por motivações ligadas à saúde e bem-estar, corrobora a "centralidade do praticante não profissional" como motor do turismo participativo (Malchrowicz-Mosko e Poczta, 2018), sugerindo que as estratégias devem focar não apenas em megaeventos, mas também no fomento à prática esportiva local e em eventos de médio porte. No entanto, a baixa exploração dos atrativos turísticos complementares e a comunicação deficiente de informações e práticas de sustentabilidade representam uma dissonância com a visão de Chalip e McGuirty (2004) e

Kotler, Bowen e Makens (2010), que defendem a necessidade de articular eventos com a cadeia produtiva e as experiências locais para maximizar o impacto econômico e o *branding* do destino. A cultura local, embora valorizada pela hospitalidade e gastronomia, ainda carece de uma integração mais imersiva, conforme apontado por Camargo (2004) sobre a importância da valorização do território e da cultura para o sucesso do turismo.

Do ponto de vista teórico, o estudo expande a compreensão sobre o desenvolvimento do turismo esportivo em destinos emergentes no Brasil. Demonstra que, mesmo com atributos naturais favoráveis, a ausência de um planejamento estratégico integrado e de políticas públicas de Estado (em contraste com "políticas de governo"), conforme analisado por Beni (2006; 2012) e pela própria ABIH/SE, limita a capacidade de Aracaju em transformar o potencial em legados duradouros. A fragmentação institucional e a dependência de iniciativas individuais das federações, em detrimento de uma governança multissetorial robusta, são entraves que a literatura sobre gestão e governança (Hall, 2011; Liberato e Vieira, 2021; Oliveira et al. 2022) aponta como críticos para o desenvolvimento sustentável de um destino.

As implicações práticas desta pesquisa são substanciais. A elaboração do plano estratégico de desenvolvimento do turismo de esportes em Aracaju fornece um arcabouço concreto para a ação, articulando as necessidades de modernização da infraestrutura (em linha com Shah et al., 2023), qualificação profissional, intensificação do marketing digital, fomento à sustentabilidade e, crucialmente, o fortalecimento da governança.

A criação de um escritório de captação de eventos esportivos e um comitê gestor interinstitucional permanente são medidas diretas para superar a fragmentação identificada, alinhando-se aos modelos de sucesso observados em outras regiões. A proposição de um calendário anual integrado e de uma plataforma digital centralizada visa a otimizar a comunicação e a experiência do visitante, combatendo as limitações percebidas pelos participantes. Finalmente, a ênfase na integração cultural e no engajamento comunitário visa a garantir que o turismo esportivo seja um vetor de desenvolvimento inclusivo e responsável, para além do benefício econômico, conforme a visão de Yang (2023) sobre a multifacetada natureza dos impactos.

É imperativo reconhecer as limitações inerentes a esta investigação. A amostra de 266 participantes, embora abrangente para os três eventos selecionados, foi de natureza não probabilística por conveniência, o que restringe a generalização estatística dos achados para a totalidade dos visitantes ou eventos em Aracaju. O escopo geográfico, focado primariamente em Aracaju, não permite uma análise aprofundada das dinâmicas do turismo esportivo em outras localidades do estado de Sergipe. Além disso, o caráter qualitativo das entrevistas com

os *stakeholders*, embora tenha permitido um aprofundamento nas percepções e desafios, pode carregar vieses subjetivos, inerentes à interpretação dos pesquisadores e dos próprios interlocutores. A natureza transversal da coleta de dados oferece uma fotografia do cenário em um período específico, não capturando as transformações e impactos de longo prazo.

Com base nas limitações identificadas e nas questões emergentes, propõem-se as seguintes direções para futuras investigações:

- i) Estudos Longitudinais de Avaliação do Plano Estratégico: Acompanhar a implementação das diretrizes propostas no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esportes em Aracaju, avaliando seus impactos e a efetividade das ações ao longo do tempo.
- ii) Ampliação do Escopo Geográfico e Temático: Estender a pesquisa para outros municípios de Sergipe com potencial esportivo, bem como explorar modalidades esportivas específicas e seus públicos, aprofundando a compreensão das particularidades regionais.
- iii) Estudos Comparativos Inter-regionais: Realizar análises comparativas entre Aracaju e outros destinos emergentes no Brasil ou em países com cenários semelhantes, a fim de identificar *benchmarking* e lições aprendidas.
- iv) Impacto do Paradesporto: Investigar mais profundamente as barreiras e oportunidades para o desenvolvimento do paradesporto em Aracaju, com foco na infraestrutura, acessibilidade e inclusão social.
- v) Mensuração Quantitativa de Impacto Econômico: Desenvolver estudos quantitativos mais robustos para mensurar o impacto econômico direto e indireto do Turismo de Esportes em Aracaju, utilizando dados primários e secundários para uma análise mais precisa.
- vi) Efetividade das Estratégias de Comunicação e Marketing: Avaliar o impacto das campanhas de marketing digital e da plataforma integrada na atração de novos públicos e na melhoria da experiência do visitante.
- vii) Sustentabilidade e Engajamento Comunitário: Investigar a percepção da comunidade local sobre as práticas de sustentabilidade nos eventos, bem como a efetividade dos programas de engajamento e benefício comunitário.

Em síntese, este estudo reitera que o turismo de esportes em Aracaju transcende a mera realização de competições, configurando-se como um vetor estratégico multifacetado para o desenvolvimento local. A cidade detém um valioso capital natural, cultural e humano que, quando orquestrado por um planejamento estratégico robusto, políticas públicas perenes e uma governança colaborativa, pode transformar as fragilidades atuais em oportunidades exponenciais.

O Plano Estratégico elaborado representa, portanto, um ponto de inflexão, uma bússola para que Aracaju transite de um potencial reconhecido para um destino de excelência em turismo de esportes, solidificando sua imagem no cenário nacional e internacional, promovendo a inclusão e gerando legados duradouros que beneficiem tanto residentes quanto visitantes. A concretização desta visão dependerá de um esforço coletivo e contínuo, onde o esporte não seja apenas um fim, mas um meio poderoso para um desenvolvimento socioeconômico, cultural e ambiental mais justo e sustentável.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ARACAJU DE NOTÍCIAS. Corrida Cidade de Aracaju reúne milhares de atletas no percurso de 24km. **Portal da Prefeitura de Aracaju**, 29 de março de 2025. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/noticias/109458/corrida_cidade_de_aracaju_reune_milhares_d_e_atletas_no_percurso_de_24km.html. Acesso em: 20 jul. 2025.

AGÊNCIA ARACAJU. Estudo diz que Aracaju tem a melhor qualidade de vida do Nordeste. **F5 News**, 03 de julho de 2024. Disponível em: <https://www.f5news.com.br/cotidiano/estudo-diz-que-aracaju-tem-a-melhor-qualidade-de-vida-do-nordeste.html>. Acesso em: 04 de ago. 2024.

AJN1. Em Sergipe, taxa de ocupação hoteleira durante a Páscoa atinge 92,11%. **Portal AJN1**, Aracaju, 15 de abril de 2025. Disponível em: <https://ajn1.com.br/urbano/em-sergipe-taxa-de-ocupacao-hoteleira-durante-a-pascoa-atinge-9211/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

AJN1. Rede hoteleira registra ocupação de 97% no período de São João e São Pedro. **Portal AJN1**, Aracaju, 30 de junho de 2024. Disponível em: <https://ajn1.com.br/urbano/rede-hoteleira-registra-ocupacao-de-97-no-periodo-de-sao-joao-e-sao-pedro/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

ALBUQUERQUE, H. **Turismo esportivo no Brasil: potencialidades e desafios**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2020.

ALMEIDA, Cláudia. Ginástica aeróbica e representatividade feminina no esporte sergipano. **Revista Brasileira de Estudos do Esporte**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 110-118, 2020.

ANDRADE, L. A. Identidade esportiva e desenvolvimento turístico: o caso de Diego Costa em Lagarto-SE. **Revista Brasileira de Turismo e Sociedade**, v. 15, n. 1, p. 102-119, 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS (ABEOC). **Perfil e impacto econômico dos eventos de negócios e turismo no Brasil**. 2. ed. Brasília: ABEOC, 2015.

BARBOSA, Thiago. Ex-ginasta olímpica Larissa Barata vive experiência como auxiliar da seleção juvenil de GR. **Globo Esporte**, 8 de julho de 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/se/noticia/2022/07/08/ex-ginasta-olimpica-larissa-barata-vive-experiencia-como-auxiliar-da-selecao-juvenil-de-gr.ghtml>. Acesso em: 13 jul. 2025.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2006.

BENI, Mario Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e cluster**. São Paulo: Manole, 2012.

BRASIL. *Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Manual de Planejamento Governamental*. Brasília: MPOG, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Caderno de Segmentação do Turismo e o Mercado**. Brasília: MTur, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cartilha Gosto pelo Brasil: guia de boas práticas para destinos turísticos gastronômicos**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2022. Disponível em:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/CartilhaGostopeloBrasil2022.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Execução orçamentária 2023**. Brasília: MTur, 2023a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo e Esporte: políticas públicas integradas para o desenvolvimento**. Brasília: MTur, 2023b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Boletim de Obras de Infraestrutura Turística**. Brasília: MTur, 2024a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2024–2027**. Brasília: MTur, 2024b.

BUSINESS RESEARCH INSIGHTS. **Global sports tourism market size and forecast 2024–2025**. 2025. Disponível em: <https://www.businessresearchinsights.com>. Acesso em: 10 set. 2025.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Aleph, 2004a.

CAMARGO, B. **Turismo, território e cultura: um enfoque territorial**. São Paulo: Senac, 2004b.

CANDEIAS, J. **Contribuição para o processo de decisão na gestão de grandes eventos desportivos: Análise do impacto econômico direto de dois eventos do programa Allgarve**. 2012. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Universidade Algarve, Algarve, Portugal, 2012.

CARRARO, Renata Aquino. **Turismo cultural e o futebol: Estudo de caso da sociedade esportiva e recreativa Caxias do Sul**. 2009. Relatório de Estágio (Bacharelado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

CARVALHO, C.; LOURENÇO, C. **Turismo desportivo: práticas, motivações e mercados**. 3. ed. Lisboa: Editorial Visão e Contextos, 2021.

CHALIP, Laurence. Towards social leverage of sport events. **Journal of Sport & Tourism**, v. 11, n. 2, p. 109–127, 2006.

CHALIP, Laurence; MCGUIRTY, Jodie. Bundling sport events with the host destination. **Journal of Sport & Tourism**, v. 9, n. 3, p. 267–282, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Fundamentos de administração: os pilares da gestão no planejamento, organização, direção e controle das organizações para incrementar competitividade e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2021a.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021b.

COCCO, R. G. Verbetes. In: SILVEIRA, M. R. (Org.). **Circulação, Transportes e Logística: diferentes perspectivas**. São Paulo: Outras Expressões, 2011. p. 613-614.

COLLINSON. **Sports Travel Trends Report 2024**. Londres: Collinson Group, 2024.

CORIOLOANO, L. N.; FERNANDES, L. M. Migração temporária e mobilidade sazonal no turismo. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 9., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade do Anhembi Morumbi/UAM, 2012.

CORNELISSEN, Scarlett. Mega event securitisation in a Third World setting: glocal processes and ramifications during the 2010 FIFA World Cup. *Urban Studies*, v. 48, n. 15, p. 3221-3240, 2011.

CORTINHAS, R. M. F. **O desenvolvimento do turismo desportivo: o caso das provas da meia maratona e da maratona de Porto**. 2016. Dissertação (Mestrado em Gestão das Organizações) - Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, 2016.

COSTA, J. H.; HERRERA, M. R. G. Criminalidade, segurança pública e sustentabilidade em destinos turísticos: ensaio exploratório acerca da produção acadêmica brasileira (2004-2018). **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, ago. 2019.

COSTA, Robson. Boxe e superação social: a trajetória de Maguila no esporte nacional. **Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 60-70, 2019.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021.

CRUZ, Tania Regina de Oliveira da; OLIVEIRA, Maria Clementina de. A sustentabilidade no mundo do esporte como transformação social. **Revista Contemporânea**, v. 4, n. 2, p. 01-18, 2024.

CURY, Elias. Influxo de capital. **Elias Cury**, 24 de agosto de 2024. Disponível em: <https://eliascury.com.br/glossario/influxo-de-capital-entenda-o-conceito-e-aplicacoes/>. Acesso em: 01 ago.2025.

DE CARLOS, Pilar; ALÉN, Elisa; FRAIZ, José Antonio. Creating memorable tourism experiences: a study of event tourism in Galicia, Spain. **Current Issues in Tourism**, v. 23, n. 5, p. 605–619, 2020.

DIAS, Emerson de Paula. Fecomercio São Paulo. Conceitos de gestão e administração: uma revisão crítica. **REA**, v. 1., n. 1, p. 1-12, 2002. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/fecomerciosp-turismo-nacional-deve-crescer-11-5-e-m-2023>. Acesso em: 30 de jun. 2024

DIAS, Guilherme. Turismo Esportivo: das corridas à gastronomia. **Estudos do Lazer**, 15 de setembro de 2020. Disponível em: <https://estudosdolazer.wordpress.com/2020/09/15/turismo-esportivo-das-corridas-a-gastronomia/>. Acesso em: 15 maio 2024.

DINIZ FILHO, Paulo Ricardo. **Elaborando o Plano Municipal de Turismo: Os primeiros passos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2017. Disponível em:

<https://regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/1%20-%20PMT%20PARTE%20I%20Equipe%20cronograma%20e%20custos%20vrs%2017%20maio%202018.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2024.

DRUCKER, Peter F. **Administração em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

FAXAJU. Taxa de ocupação hoteleira em janeiro chega a 85% em Aracaju. **FaxAJU**, Aracaju, 23 de janeiro de 2024. Disponível em: <https://www.faxaju.com.br/economia/rede-hoteleira-comemora-media-de-ocupacao-de-85-em-janeiro-de-2024/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

FECOMÉRCIO-SE. Boletim de Turismo: turismo em Sergipe cresce 9% em 2024. Aracaju: **Fecomércio-SE**, 2024a. Disponível em: <https://fecomercio-se.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FECOMÉRCIO-SE. **Anuário estatístico do turismo de Sergipe – 2024**. Aracaju: Fecomércio-SE, 2024b.

FERNANDES, Maria L.; ALMEIDA, João R.; SILVA, Carla M. **Gestão estratégica aplicada ao turismo: tendências e desafios**. São Paulo: Atlas, 2021.

FERREIRA, E. A. M.; SILVA, L. P. da. Turismo futebolístico: perfil e motivações do torcedor viajante que frequenta o "novo" Mineirão. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 39, n. 3, jul./set. 2017.

FERREIRA, Tatiane. Eventos esportivos e valorização do destino turístico: o caso do vôlei de praia em Sergipe. **Caderno de Turismo e Esporte**, Salvador, v. 12, n. 1, p. 85-93, 2021.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **Pesquisa do impacto econômico dos eventos internacionais realizados no Brasil – 2007/2008**. São Paulo: FGV; EMBRATUR; Ministério do Turismo, 2009.

GAFFNEY, Christopher. *Tempos de jogos: a Copa do Mundo e as Olimpíadas como negócios urbanos*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

GETZ, Donald. **Event management and event tourism**. 2. ed. New York: Cognizant Communication Corporation, 2008a.

GETZ, Donald. **Event studies: theory, research and policy for planned events**. London: Routledge, 2008b.

GETZ, Donald. Event tourism: definition, evolution, and research. **Tourism Management**, v. 29, n. 3, p. 403–428, 2008c.

GETZ, Donald. **Event tourism: concepts, international case studies, and research**. 2. ed. New York: Cognizant Communication Corporation, 2019.

GIBSON, Heather. Sport tourism: A critical analysis of research. **Sport Management Review**, v. 1, n. 1, p. 45–76, 1998.

GIBSON, Heather; WALKER, Gregory J.; THAPA, Brijesh. **Sport tourism: Principles and practice**. 2. ed. Bristol: Channel View Publications, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBO ESPORTE. Retrô/SE: Aracaju vira casa da Grécia durante a Copa do Mundo no Brasil. **Globo Esporte**, 25 de dezembro de 2014. Disponível em: <https://ge.globo.com/se/noticia/2014/12/retrose-aracaju-vira-casa-da-grecia-durante-copa-do-mundo-no-brasil.html>. Acesso em: 05 ago. 2024.

GLOBO ESPORTE. CT de Ginástica Rítmica de Aracaju será apresentado após reformas nesta quinta-feira. **Globo Esporte**, Aracaju, 13 de maio de 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/se/noticia/2025/05/13/ct-de-ginastica-ritmica-de-aracaju-sera-apresentado-apos-reformas-nesta-quinta-feira.ghml>. Acesso em: 12 ago. 2025.

GODOY, Arilda Schmidt. Estudo de caso qualitativo. In: GODÓI, Christiane Kleinübing; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; SILVA, André Luiz Carvalho da. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 115-146.

GOMES, R. P. Superação e turismo emocional: a construção de narrativas inspiradoras no futebol. **Revista Interamericana de Comunicação e Esporte**, v. 8, n. 1, p. 89–103, 2023.

GONÇALVES, Pedro R.; MARTINS, Ana L. Turismo e hospitalidade: análise das percepções dos visitantes em destinos de praia. **Revista Brasileira de Turismo**, v. 18, n. 2, p. 87-105, 2023.

GÖSSLING, S.; SCOTT, D.; HALL, C. M. Pandemias, turismo e mudanças globais: uma avaliação rápida da COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 29, n. 1, p. 1–20, 2020.

GRATTON, C.; SHIBLI, S.; COLEMAN, R. Sport and Economic Regeneration in Cities. **Urban Studies**, v. 42, n. 5-6, 2005.

GURSOY, D., & KENDALL, K. W. (2006). *Hosting mega events: Modeling locals' support*. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603–623.

HINCH, T.; HIGHAM, J. **Sport tourism development**. 2. ed. Bristol: Channel View Publications, 2011.

HIGHAM, J. Sport as an avenue of tourism development: an analysis of the positive and negative impacts. **Journal of Tourism Studies**, v. 10, n. 2, p. 20-35, 1999.

HRITZ, N.; ROSS, S. Sport events and economic development: a comparative study. **Journal of Sport Economics**, v. 11, n. 3, p. 235-253, 2010.

HOELLER, R. **Turismo e eventos: planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

HALL, C. M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2004.

HUDSON, S. **Sport and adventure tourism**. Binghamton, NY: The Haworth Hospitality Press, 2003.

INFONET. Governo aposta no esporte como opção de negócio. **Infonet**, 9 de julho de 2014. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/economia/governo-aposta-no-esporte-como-opcao-de-negocio/>. Acesso em: 18 mai. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Estimativas da população residente para os municípios brasileiros em 2024**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO (EMBRATUR). **Tendências do Turismo 2025**. 6. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2025.

KAPLANIDOU, Kiki; GIBSON, Heather J. Sport tourism and legacy: Planning and evaluation. In: HINCH, Tom; HIGHAM, James. (Org.). **Sport tourism development**. 3. ed. Bristol: Channel View Publications, 2020. p. 210–229.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019.

KOTLER, Philip; BOWEN, John T.; MAKENS, James C. **Marketing for hospitality and tourism**. 5. ed. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

LEVIN, J. **Economia criativa e cidades: estratégias e impactos**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2022.

LIBERATO, Mônica Maria; VIEIRA, Lício Valério Lima. **Planejamento municipal do turismo: estratégias e práticas**. Aracaju: Editora IFS, 2021.

LIMA, Pedro. Karatê como ferramenta de promoção do turismo esportivo em Sergipe. **Revista Corpo & Movimento**, Maceió, v. 11, n. 2, p. 55-62, 2023.

LIMA, Rafael S.; SOUZA, Mariana T. Qualidade e inovação no turismo esportivo: um estudo de caso em destinos nordestinos. **Journal of Sport and Tourism Management**, v. 5, n. 1, p. 45-61, 2022.

LIMÃO, N.; VENABLES, A. J. Infrastructure, geographical disadvantage, transport costs, and trade. **World Bank Economic Review**, v. 15, n. 3, p. 451–479, 2001.

LOHMANN, G.; LOBO, H. A. S.; TRIGO, L. G. G.; VALDUGA, V.; CASTRO, R.; COELHO, M. D. F.; CYRILLO, M. W.; DALONSO, Y.; GIMENES-MINASSE, M. H.; GOSLING, M. D. S.; LANZARINI, R.; LEAL, S. R.; MARQUES, O.; MAYER, V. F.; MOREIRA, J. C.; MORAES, L. A. de; PANOSSO NETO, A.; PERINOTTO, A. R. C.; QUEIROZ NETO, A.; RAIMUNDO, S.; SANOVICZ, E.; TRENTIN, F.; UVINHA, R. R. O Futuro do turismo no

Brasil a partir da análise crítica do período 2000-2019. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 16, e-2456, 2022.

MALCHROWICZ-MOSKO, E.; POCZTA, J. A Small-Scale Event and a Big Impact—Is This Relationship Possible in the World of Sport? The Meaning of Heritage Sporting Events for Sustainable Development of Tourism—Experiences from Poland. **Sustainability**, v. 10, n. 11, 2018.

MANDELA, Nelson. *Long Walk to Freedom: The Autobiography of Nelson Mandela*. Boston: Little, Brown and Company, 2000.

MARACAJÁ, K. F. B., FRAGA, C. C. L. Turismo e eventos pela ótica da Agenda 2030. **Cenário Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, Brasília, v. 10, n. 2, 2023.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para as ciências sociais aplicadas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MATOS, R.; SILVA, J. Acessibilidade em eventos esportivos: desafios e perspectivas. **Revista Brasileira de Turismo e Lazer**, v. 15, n. 1, p. 88-105, 2022.

MAZZA, Viviane Soares. **Além da competição**: Analisando o comportamento do consumidor em eventos esportivos e suas implicações para o turismo. 2025. 77 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

MCKERCHER, B.; DU CROS, H. **Cultural tourism**: The partnership between tourism and cultural heritage management. Binghamton, NY: The Haworth Press, 2002.

MENEZES, M. A. Legados dos megaeventos esportivos: um olhar sobre o Rio de Janeiro pós-olimpíadas. In: MOREIRA, A.; MATTOS, M. (Org.). **Turismo e grandes eventos**: impactos e perspectivas. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2022. p. 189-212.

MERCADO & EVENTOS. Roadshow M&E Nacional 2025: conectando o trade turístico. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/roadshow-nacional-2025/>. Acesso em: 19 set. 2025.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research and case study applications in education**: revised and expanded from case study research in education. 2. ed. São Francisco-CA: Jossey-Bass, 1998.

METRÓPOLIS. Morre sergipano Maguila, ex-lutador de boxe, aos 66 anos. **F5 News**, 24 de outubro de 2024. Disponível em: <https://www.f5news.com.br/cotidiano/morre-sergipano-maguila-ex-lutador-de-boxe-aos-66-anos.html>. Acesso em: 13 jul. 2025.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científicas em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento de trabalhos monográficos. São Paulo: Atlas, 2015.

MINTZBERG, Henry. **Safari de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MORGAN, A.; WILLK, V.; SIBSON, R.; WILLSON, G. Sport event and destination co-branding: Analysis of social media sentiment in an international, professional sport event crisis. **Tourism Management Perspectives**, v. 39, jul. 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/352901098_Sport_event_and_destination_co-branding_Analysis_of_social_media_sentiment_in_an_international_professional_sport_event_crisis. Acesso em: 02 jul. 2024

MORRISON, A. M. **Marketing and Managing Tourism Destinations**. 3. ed. Oxfordshire, UK: Routledge, 2024.

MOWFORTH, M., & MUNT, I. (2016). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World* (4th ed.). London: Routledge.

NASCIMENTO JUNIOR, J. R. A. do .; VIEIRA, L. F.; SOUZA, E. A. de .; VIEIRA, J. L. L. Nível de satisfação do atleta e coesão de grupo em equipes de futsal adulto. **Revista Brasileira De Cineantropometria & Desempenho Humano**, v. 13, n. 2, p. 138–144, 2011.

NORTE MKT. Ativações em eventos esportivos estão ligadas à felicidade dos atletas. **Norte MKT**, 08 de novembro de 2023. Disponível em: <http://staging.www.nortemkt.com/branded-content/ativacoes-em-eventos-esportivos-estao-ligadas-felicidade-dos-atletas-diz-pesquisa/>. Acesso em: 13 ago. 2024.

NORDESTE INFORMA. Turismo esportivo no Brasil: crescimento em esportes à vela no Ceará. 2025. Disponível em: <https://www.nordesteinforma.com.br>. Acesso em: 10 set. 2025.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 31. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

OLIVEIRA, Jonathan Rocha; PEREIRA, Bruna Opieco; LISE, Riquelmi Straub; CAPRARO, André Mendes. Turismo Esportivo: um estudo de caso sobre o Ultimate Fighting Championship (UFC) 198 em Curitiba – Brasil. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 32, n. 1, p. 19-39, jan./abr. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Tourism Definitions*. Madrid: OMT, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>. Acesso em: 19 set. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). Glossário de termos do turismo. Madri: OMT, 2020. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em: 10 jul. 2025.

PACE, Tassiana Hille; HARDT, Letícia Peret Antunes. Megaeventos esportivos: reflexões sobre sustentabilidade e suas relações com o turismo. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 16-40, jan. 2014.

PAHRUDIN, P.; LIU, L. W.; ROYANOW, A. F.; KHOLID, I. A Large-Sport Event and Its Influence on Tourism Destination Image in Indonesia. **Tourism and Hospitality Management**, v. 29, n. 3, p. 335-348, 2023. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/372519376_A_LARGE-

SPORT_EVENT_AND_ITS_INFLUENCE_ON_TOURISM_DESTINATION_IMAGE_IN_INDONESIA. Acesso em: 25 mai. 2024.

PAIVA JÚNIOR, F. G de; LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de. Validade e Confiabilidade na Pesquisa Qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, set./dez. 2011.

PEREIRA, Francielly de Lima; EICHENBERG, Fábio Orlando. Efeitos dinâmicos da sazonalidade: estudo de Caso e a Estância Mimosa Ecoturismo em Bonito-MS. **TURyDES: Revista turismo y Desarrollo Local**, v. 9, n. 20, p. 3-16, 2016.

PERES, F. de F.; BODSTEIN, R.; RAMOS, C. L.; MARCONDES, W. B. Lazer, esporte e cultura na agenda local: a experiência de promoção da saúde em Manguinhos. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 757-770, jul./set. 2005.

PIMENTEL, Samuel. Impacto do turismo de eventos na economia gera R\$ 347 milhões em 2022. **O Povo**, Fortaleza, 04 de julho de 2023. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/jornal/economia/2023/07/04/impacto-do-turismo-de-eventos-na-economia-gera-rs-347-milhoes-em-2022.html>. Acesso em: 10 jul. 2025.

PIO, Juliana. Turismo esportivo deve movimentar US\$ 1,8 trilhão até 2030; veja 5 tendências. **Revista Exame**, São Paulo, 25 de fevereiro de 2024. Disponível em: <https://exame.com/marketing/turismo-esportivo-deve-movimentar-us-18-trilhao-ate-2030-veja-5-tendencias/>. Acesso em: 10 jul. 2024.

PREFEITURA DE ARACAJU. Orla do Pôr do Sol é cartão-postal da capital sergipana. **Portal da Prefeitura de Aracaju**, Aracaju, 2024a. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/noticias/40151/orla_por_do_sol_sera_novo_cartao-postal_da_cidade.html. Acesso em: 20 ago. 2025.

PREFEITURA DE ARACAJU. Forró Caju 2024 reúne um milhão de pessoas em 14 noites de festa. **Portal da Prefeitura de Aracaju**, Aracaju, 2024b. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/noticias/106395/forro_caju_2024_festa_supera_expectativas_e_emociona_multidao_na_praca_dos_mercados.html. Acesso em: 20 ago. 2025.

PREUSS, H. **The Economics of Staging the Olympics: A Comparison of the Games, 1972–2008**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008a.

PREUSS, H. **Event legacy framework and measurement**. *Journal of Global Sport Management*, v. 6, n. 2, p. 123–141, 2021.

PROJETO TAMAR. Oceanário de Aracaju. **Portal do Projeto TAMAR**, Aracaju, 2024. Disponível em: <https://www.tamar.org.br/interna.php?cod=185>. Acesso em: 20 ago. 2025.

RADAR SERGIPE. Pré-Caju: Taxa de ocupação hoteleira chega a quase 100%. **Radar Sergipe**, Aracaju, 08 de novembro de 2024. Disponível em: <https://radarse.com.br/Cotidiano/2024/11/15137/PrCaju-Taxa-de-ocupao-hoteleira-chega-a-quase-100.html>. Acesso em: 20 ago. 2025.

RAMOS, Tainah. Fatores emocionais condicionam consumo de eventos esportivos. **AUN - Agência Universitária de Notícias**, 18 de novembro de 2019. Disponível em: <https://aun.webhostusp.sti.usp.br/index.php/2019/11/18/fatores-emocionais-condicionam-consumo-de-eventos-esportivos/>. Acesso em: 20 jul. 2024.

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento estratégico público ou privado**: guia para projetos em organizações de governo ou de negócios. São Paulo: Atlas, 2011.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

RITCHIE, B. W.; SHIPWAY, R.; CLEEVE, B. Resident perceptions of mega-sporting events: A non-host city perspective of the 2012 London Olympic Games. **Journal of Sport and Tourism**, v. 14, n. 2-3, p. 143-167, 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/43527305_Resident_Perceptions_of_Mega-Sporting_Events_A_Non-Host_City_Perspective_of_the_2012_London_Olympic_Games. Acesso em: 20 abr. 2024.

ROCHA, C. M.; FINK, J. S. Attitudes toward attending the 2016 Olympic Games and visiting Brazil after the games. **Tourism Management Perspectives**, v. 22, p. 17-26, 2017.

RODRIGUES, Felipe A.; SANTOS, Lúcia M.; MORAES, Diego F. Políticas públicas e turismo esportivo: estratégias integradas para destinos regionais. **Gestão & Desenvolvimento**, v. 12, n. 3, p. 112-130, 2023.

SACCOOL, A. Z. Um retorno ao básico: Compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 2, p. 250-269, mai./ago. 2009.

SANTOS, Joana; SILVA, Marcos. Zé Peixe: mar, coragem e identidade cultural de Aracaju. **Revista Cultura Popular**, Aracaju, v. 10, n. 2, p. 95-103, 2018.

SANTOS, R. M. B.; SILVA-MELO, M. R. da; JESUS, D. L. N. de; SANTOS, S. A inclusão da pessoa com deficiência física no turismo de aventura em Campo Grande, MS. **Turismo e Sociedade**, v. 15, n. 1, 2022.

SCHWANDT, T. A. (2015). *The Sage dictionary of qualitative inquiry* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

SERGIPE. Aclimação de delegações olímpicas em Sergipe movimentou economia e turismo no estado. **Portal do Governo do Estado**, 25 de julho de 2016. Disponível em: <https://www.se.gov.br/noticias/educacao-cultura/aclimatacao-de-delegacoes-olimpicas-em-sergipe-movimentou-economia-e-turismo-no-estado>. Acesso em: 05 de ago. 2024.

SERGIPE. Espaço Zé Peixe está em fase de conclusão. **Portal do Governo do Estado**, 17 de junho de 2023. Disponível em: <https://www.se.gov.br/noticias/desenvolvimento/espaco-ze-peixe-esta-em-fase-de-conclusao>. Acesso em: 13 jul. 2025.

SERGIPE. Secretaria de Estado do Esporte e Lazer (SEEL). **Relatório de Eventos Esportivos em Sergipe – 2024**. Aracaju: Secretaria de Estado do Esporte e Lazer, 2024a.

SERGIPE. Secretaria de Estado do Turismo. **Calendário Oficial de Eventos Turísticos de Sergipe – 2024**. Aracaju: Secretaria de Estado do Turismo, 2024b. Disponível em: <https://www.se.gov.br/calendario>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SERGIPE. Turismo esportivo ganha força e se consolida em Sergipe com grandes eventos. **Portal do Governo do Estado**, 27 de novembro de 2024c. Disponível em: https://www.se.gov.br/noticias/desenvolvimento/turismo_esportivo_ganha_forca_e_se_consolida_em_sergipe_com_grandes_eventos. Acesso em: 13 jul. 2025.

SERGIPE. Secretaria de Estado do Turismo. **Plano de Desenvolvimento do Turismo de Sergipe – 2024**. Aracaju: SETUR, 2024d.

SERGIPE. Secretaria de Estado do Turismo. **Balanco do turismo sergipano 2024**: fluxo de visitantes e movimentação aeroportuária. Aracaju: SETUR, 2024e.

SHAW, J.; SIDAWAY, J. D. Making links: on (re)engaging with transport and transport geography. **Progress in Human Geography**, v. 35, n. 4, p. 502-520, 2010.

SHELLER, M. Mobility. **Sociopedia International Sociological Association**, p. 1-12, 2011. Disponível em: www.sagepub.net/isa/resources/pdf/Mobility.pdf. Acesso em: 6 fev. 2014.

SHONE, A.; PARRY, B. **Successful event management**: A practical handbook. Boston: Cengage Learning, 2013.

SISTEMA DE INTELIGÊNCIA TURÍSTICA DE SERGIPE (SISTUR). **Boletim Anual de Desempenho Turístico de Sergipe – 2024**. Aracaju: Secretaria de Estado do Turismo de Sergipe, 2024.

SOLBERG, Harry Arne; PREUSS, Holger. Major sport events and long-term tourism impacts. **Journal of Sport Management**, v. 21, n. 2, p. 213–234, 2007.

TAVARES, M. E. O vínculo afetivo de atletas de elite com o território: potencialidades para o turismo esportivo. **Revista Geografia e Turismo**, v. 8, n. 2, p. 134–147, 2022.

TENÓRIO, M. O. **Eventos esportivos competitivos como alternativa para redução da sazonalidade turística**: estudo de caso em Ouro Preto, MG. 2019. Dissertação (Mestrado em Turismo) — Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

TOMAZZONI, M.; COSTA, P. Gestão do turismo em destinos urbanos: percepção de organizações turísticas sobre a sazonalidade e o fluxo de visitantes. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 9, n. 2, p. 45-62, 2015.

TOMINO, Dario; PERIĆ, Marko; WISE, Nicholas. A holistic approach to examining sport tourism event impacts: a case of the Poreč triathlon. **Sustainability**, v. 12, n. 19, p. 7913, 2020.

TURISMO SPOT. O que é um plano de turismo? Disponível em: <https://turismospot.com.br/o-que-e-um-plano-de-turismo/>. Acesso em: 19 set. 2025.

UNIVERSIDADE TIRADENTES (UNIT). Egressa Mariana Dantas, atleta e gestora pública. **UNIT**, 2024. Disponível em: <https://www.unit.br/egressos/mariana-dantas>. Acesso em: 13 jul. 2025.

UVINHA, R. R.; CHAN, C.-S.; MAN, C. K.; MARAFA, L. M. Turismo esportivo: uma análise comparativa entre residentes do Brasil e de Hong Kong. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 12, n. 1, p. 180-206, 2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

WEED, M.; BULL, C. **Sports tourism**: Participants, policy and providers. London: Routledge, 2009.

YANG, Hyemin. Sustainability in Sport Events: Economic, Environmental, and Social Perspectives. **AISTS – Sport Management and Technology**, janeiro de 2023. Disponível em: <https://aists.org/sustainability-in-sport-events/>. Acesso em: 16 ago. 2025.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pesquisadora Responsável: TEREZA CECÍLIA SOBRAL CARVALHO - Telefone: (79) 99923-5260, Endereço: Avenida Dulce Diniz, 880. Cond Virtuosi Residence , torre Vigor, 1204. Bairro Luzia, Aracaju/SE, CEP: 49.048-430. E-mail tereza.sobral85@gmail.com

Orientadora: Profa. Dra. WANUSA CAMPOS CENTURIÓN, Telefone: (79) 99987-5748. E-mail: wanusa.centurion@ifs.edu.br

Prezado(a) Senhor(a),

Você está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) da pesquisa "TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL". Antes de decidir se deseja participar, é importante que você compreenda por que a pesquisa está sendo realizada e o que ela envolverá. Por favor, leia cuidadosamente as informações a seguir e não hesite em fazer perguntas caso algo não esteja claro ou se desejar mais informações.

Esta pesquisa tem como objetivo desenvolver estratégias eficazes para fortalecer o Turismo de Esportes em Sergipe, visando otimizar seus impactos socioeconômicos, culturais e sustentáveis. Busca-se compreender como o Turismo de Esportes pode ser utilizado como uma estratégia para potencializar a demanda turística em Sergipe, especialmente durante períodos de baixa temporada, contribuindo assim para o desenvolvimento socioeconômico e cultural do Estado. O estudo se justifica pela necessidade de explorar o potencial do Turismo de Esportes como um vetor de desenvolvimento para o estado de Sergipe, considerando seus impactos positivos na economia local, na cultura e na sustentabilidade.

A pesquisa adotará uma abordagem mista, utilizando os seguintes métodos de coleta de dados: 1 - **Questionários:** Aplicados aos participantes de eventos esportivos em Sergipe, incluindo: Itau BB Ironman 70.3; Sulamericano de Ginástica Rítmica; 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju. 2 - **Entrevistas:** Realizadas com gestores do turismo e esporte do Estado de Sergipe, incluindo representantes de: Secretarias estaduais relacionadas ao turismo e esporte; Associações do setor de turismo (ABIH, ABAV); Entidades do setor esportivo atuantes em Sergipe (CBG, FSA, CBVD, FSAAt).

Período de Participação:

A sua participação na pesquisa está prevista para ocorrer entre novembro de 2024 e março de 2025, coincidindo com os eventos esportivos mencionados. A participação envolverá uma única sessão para responder ao questionário (cerca de 10 minutos), no caso de atletas ou espectadores, ou, no caso dos gestores de turismo e esporte de Sergipe, participar da entrevista, com duração estimada de 30 a 60 minutos.

Riscos: Mínimos, podendo incluir desconforto ao responder perguntas ou cansaço. Você pode se recusar a responder qualquer pergunta ou interromper sua participação a qualquer momento, não havendo nenhum problema, pois, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

Benefícios: Contribuição para o desenvolvimento de estratégias que podem beneficiar a economia local, o turismo e o setor esportivo no estado.

Confidencialidade: Todas as informações serão mantidas em sigilo. Os dados serão armazenados de forma segura e apenas a equipe de pesquisa terá acesso a eles, no endereço acima informado, pelo período mínimo de 5 anos.

Custos e Compensação: Não há custos para participar desta pesquisa, nem compensação financeira.

Direitos do Participante: Sua participação é voluntária. Você pode se recusar a participar ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem penalização.

Em caso de dúvidas sobre aspectos éticos, contate o Comitê de Ética em Pesquisa do IFS: Rua Dom José Thomaz, 194 - São José, Aracaju - SE, 49015-090. E-mail: cep@ifs.edu.br / Tel: (79) 3711-1422

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO(A)

Eu, _____, CPF _____, abaixo assinado pela pessoa por mim designada, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo "TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL", como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento/ assistência/tratamento).

Local e data: _____

Assinatura

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA: TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU

Público-alvo: Gestores do turismo e esporte do Estado de Sergipe (secretarias e gestores de instituições de turismo).

Objetivo da Entrevista: Coletar dados e percepções sobre o Turismo de Esportes em Aracaju, visando o desenvolvimento de estratégias para fortalecer o desenvolvimento socioeconômico e cultural do estado.

1. Nome, cargo (função) e organização que representa.
2. Existe turismo de esportes em Sergipe? Está consolidado? Descreva sua visão sobre o turismo de esporte em Sergipe?
3. Os eventos esportivos promovem efetivamente o turismo em Sergipe? Justifique.
4. Quais são os desafios enfrentados para que o turismo de esportes atinja seu potencial econômico em Sergipe?
5. Na sua visão, como o turismo de esportes contribui para o desenvolvimento socioeconômico de Sergipe?
6. Como a cultura local beneficia o Turismo de Esportes?
7. A variedade de eventos esportivos oferecidos em Sergipe é satisfatória? Justifique.
8. Na sua opinião, os eventos esportivos realizados em Sergipe seguem práticas sustentáveis? Se sim, poderia exemplificar?
9. Na sua visão, como o Turismo de Esportes pode ajudar Sergipe a atingir os ODS's?
10. Você conhece exemplos de estratégias bem-sucedidas implementadas em outras regiões ou países para o desenvolvimento do Turismo de Esportes? Qual você considera mais adequada para Sergipe?
11. Como as secretarias de esportes e turismo estão colaborando para prospecção de Turismo de Esportes no estado de Sergipe? Existe algum plano estratégico, sendo usado de forma colaborativa entre as secretarias?
12. Que tipo de parcerias e colaborações são essenciais para o desenvolvimento do Turismo de Esportes em Sergipe?
13. Quais as ações ou diretrizes podem ser contempladas em um plano estratégico para melhorar a gestão, promoção e experiência nos eventos esportivos em Sergipe?
14. Qual a sua opinião sobre a ideia de desenvolver uma plataforma digital integrada voltada para o Turismo de Esportes em Sergipe? Quais funcionalidades você acredita serem essenciais para essa plataforma?

15. Como podemos fortalecer a interação entre os diferentes stakeholders envolvidos no Turismo de Esportes, visando maximizar os impactos socioeconômicos e culturais?
16. Na sua visão, o que mais poderia ser feito para consolidar Sergipe como um destino de referência no turismo esportivo?

APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO: TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU

Prezado(a) participante,

Este questionário tem como objetivo coletar dados para a pesquisa de mestrado intitulada “TURISMO DE ESPORTES EM SERGIPE: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E SUSTENTÁVEL”. Sua participação é fundamental para o sucesso da pesquisa. As informações fornecidas serão tratadas com total confidencialidade e utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos.

Instruções:

Leia atentamente cada questão e marque a alternativa que melhor representa sua opinião.

Bloco 1: Informações Demográficas

1.Qual é a sua faixa etária?

- ☐ Menos de 18 anos
- ☐ 18-24 anos
- ☐ 25-34 anos
- ☐ 35-44 anos
- ☐ 45-54 anos
- ☐ 55-64 anos
- ☐ 65 anos ou mais

2.Qual é o seu gênero?

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outro
- ☐ Prefiro não responder

3.Qual a sua renda?

- ☐ Até 1 salário mínimo
- ☐ De 1 a 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 6 salários mínimos
- ☐ De 6 a 10 salários mínimos
- ☐ Acima de 10 salários mínimos

4.Qual a sua Escolaridade?

- ☐ Não Alfabetizado
- ☐ Fundamental
- ☐ Médio
- ☐ Graduação
- ☐ Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado)
- ☐ Outro: _____

5.Você reside em Sergipe?

- ☐ Sim
- ☐ Não

6. Se não, de qual estado/país você vem?

- ☐ Alagoas
- ☐ Bahia
- ☐ Pernambuco
- ☐ Outro: _____

Bloco 2: Participação no Evento**7. Qual evento esportivo você está participando?**

- ☐ Corrida Cidade de Aracaju
- ☐ Campeonato Sulamericano de Ginástica Artística
- ☐ Iron Man

8. Como você participa deste evento esportivo?

- ☐ Atleta profissional
- ☐ Atleta amador
- ☐ Expectador

9. Você já participou deste evento anteriormente?

- ☐ Sim, esta é a minha primeira vez
- ☐ Sim, participei outras vezes
- ☐ Não, esta é a minha primeira vez

10. Qual é a sua principal motivação para participar deste evento?

- ☐ Competir
- ☐ Socializar com outros participantes
- ☐ Melhorar minha saúde e bem-estar
- ☐ Viajar e conhecer novos lugares
- ☐ Outro: _____

Bloco 3: Experiência no Evento**11. A organização do evento foi eficiente e bem estruturada.**

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

12. A infraestrutura do evento (local, instalações, segurança) atendeu às minhas expectativas.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

13. O processo de inscrição e obtenção de informações sobre o evento foi fácil e acessível.

- ☐ Discordo totalmente

- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

14. Eu utilizei aplicativos ou tecnologias fornecidos pelos organizadores do evento.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

15. Minha experiência geral neste evento foi satisfatória.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

Bloco 4: Os Efeitos Socioeconômicos, Culturais e Ambientais do Turismo de Esportes em Sergipe

16. Eu me hospedei em Sergipe durante o evento.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

17. Qual foi o tipo de acomodação que você escolheu?

- ☐ Hotel
- ☐ Pousada
- ☐ Casa de amigos ou familiares
- ☐ Aluguel por temporada (Airbnb, etc.)
- ☐ Outro: _____

18. Eu tive acesso as informações turísticas antes e/ou durante esse evento esportivo.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

19. Eu aproveitei o evento para conhecer atrativos turísticos em Sergipe.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente

- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

20. Eu fiquei satisfeito com a gastronomia de Sergipe.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

21. Por meio desse evento esportivo eu tive acesso à cultura e tradições sergipanas. ()
Discordo totalmente

- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

22. Eu fiquei satisfeito com a cultura e as tradições sergipanas.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

23. A mobilidade urbana facilitou o meu acesso aos locais desse evento esportivo.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

24. Eu me senti acolhido pela comunidade local durante o evento.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

25. Eu percebi que a organização do evento adotou práticas sustentáveis (preservação ambiental e questões socioeconômicas).

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

26. Eu voltaria à Sergipe para uma nova edição desse evento.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

27. Eu recomendaria este evento em Sergipe para outras pessoas.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

28. A minha experiência geral como participante de eventos esportivos em Sergipe é comparável às melhores que já tive em outras regiões ou países.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

29. Percebi que a segurança desse evento esportivo foi comparável à dos melhores que já participei em outras regiões ou países.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

30. Quais aspectos do Turismo de Esportes em Sergipe precisam de mais atenção e melhorias?

31. Que práticas ou estratégias bem-sucedidas de outras regiões ou países você acredita que poderiam ser adaptadas para melhorar o Turismo de Esportes em Sergipe?

32. Você considera Sergipe um destino turístico atrativo para a prática esportiva? Por quê?

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

Agradecemos a sua participação!

APÊNDICE D - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTO

Eu _____, CPF _____,

RG _____, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, os pesquisadores TEREZA CECÍLIA SOBRAL CARVALHO e WANUSA CAMPOS CENTURIÓN, do projeto de pesquisa intitulado "TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL" a realizar as fotos/filmagem/gravação que se façam necessárias e/ou a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens/gravação (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N. 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N° 3.298/1999, alterado pelo Decreto N° 5.296/2004).

Aracaju, em ____/____/_____.

Entrevistado

Responsável Legal CPF e IDT (Caso o entrevistado seja menor - incapaz)

Pesquisador responsável pela entrevista

APÊNDICE E - TERMO DE COMPROMISSO E CONFIDENCIALIDADE

Título do projeto: "TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL"

Pesquisador responsável: TEREZA CECÍLIA SOBRAL CARVALHO

Instituição/Departamento de origem do pesquisador: Instituto Federal de Sergipe – PPMTUR

Telefone para contato: (79) 99923-5260

E-mail: tereza.sobral85@gmail.com

O pesquisador do projeto acima identificado assume o compromisso de:

- Garantir que a pesquisa só será iniciada após a avaliação e aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa Envolvendo Seres Humanos do Instituto Federal de Sergipe (IFS);
- Preservar o sigilo e a privacidade dos voluntários cujos dados serão estudados e divulgados apenas em eventos ou publicações científicas, de forma anônima, não sendo usadas iniciais ou quaisquer outras indicações que possam identificá-los;
- Garantir o sigilo relativo às propriedades intelectuais e patentes industriais, além do devido respeito à dignidade humana;
- Garantir que os benefícios resultantes do projeto retornem aos participantes da pesquisa, seja em termos de retorno social, acesso aos procedimentos, produtos ou agentes da pesquisa;
- Assegurar que os resultados da pesquisa serão anexados na Plataforma Brasil, sob a forma de Relatório Final da pesquisa.

Aracaju, de de 20..... .

Assinatura Pesquisador Responsável

APÊNDICE F - CARTA DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Tereza Cecília Sobral Carvalho** a desenvolver o seu projeto de pesquisa **TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E AMBIENTAL**, que está sob a coordenação/orientação da Prof. (a) **Wanusa Campos Centurión**, cujo objetivo é desenvolver estratégias eficazes para a fortalecer do Turismo de Esportes em Sergipe, para otimizar seus impactos socioeconômicos, culturais e sustentáveis.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta Instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Local, em ____/_____/_____.

Nome/assinatura e carimbo do responsável onde a pesquisa será realizada



Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Tereza Cecília Sobral Carvalho** a desenvolver o seu projeto de pesquisa **TURISMO DE ESPORTES EM SERGIPE: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E SUSTENTÁVEL**, que está sob a coordenação/orientação da Prof. (a) **Wanusa Campos Centurión**, cujo objetivo é desenvolver estratégias eficazes para a fortalecer do Turismo de Esportes em Sergipe, para otimizar seus impactos socioeconômicos, culturais e sustentáveis.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta Instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Aracaju/SE, em 16/10/2024

MARIA LUCIENE CACHO
 RESENDE: 32020350530
 350530

Assinado de forma digital por MARIA LUCIENE CACHO
 RESENDE: 32020350530
 Dados: 2024.10.16 14:51:53 -03'00'

Maria Luciene Cacho Resende
 Presidente

Aracaju/SE, em 16/10/2024


CARTA DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Tereza Cecília Sobral Carvalho** a desenvolver o seu projeto de pesquisa **TURISMO DE ESPORTES EM SERGIPE: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E SUSTENTÁVEL**, que está sob a coordenação/orientação da Prof. (a) **Wanusa Campos Centurión**, cujo objetivo é desenvolver estratégias eficazes para a fortalecer do Turismo de Esportes em Sergipe, para otimizar seus impactos socioeconômicos, culturais e sustentáveis.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta Instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Local, em ____/____/_____.

Documento assinado digitalmente
 **ANTONIO CARLOS LEITE FRANCO SOBRINHO**
Data: 16/10/2024 09:36:30-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Nome/assinatura e carimbo do responsável onde a pesquisa será realizada



CARTA DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Tereza Cecília Sobral Carvalho** a desenvolver o seu projeto de pesquisa **TURISMO DE ESPORTES EM SERGIPE: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E SUSTENTÁVEL**, que está sob a coordenação/orientação da Prof. (a) **Wanusa Campos Centurión**, cujo objetivo é desenvolver estratégias eficazes para a fortalecer do Turismo de Esportes em Sergipe, para otimizar seus impactos socioeconômicos, culturais e sustentáveis.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta Instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Local, em 16 / 10 / 2024


 FEDERAÇÃO SERGIPANA DE
 AUTOMOBILISMO
 Nome/assinatura e carimbo da responsável onde a pesquisa será realizada
 João Kennedy de Figueira
 PRESIDENTE



CARTA DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Tereza Cecília Sobral Carvalho** a desenvolver o seu projeto de pesquisa **TURISMO DE ESPORTES EM SERGIPE: UM VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO, CULTURAL E SUSTENTÁVEL**, que está sob a coordenação/orientação da Prof. (a) **Wanusa Campos Centurión**, cujo objetivo é desenvolver estratégias eficazes para a fortalecer do Turismo de Esportes em Sergipe, para otimizar seus impactos socioeconômicos, culturais e sustentáveis.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta Instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Local, em 16/10/2024.


Marcos Leite Franco Sobrinho
Secretaria de Estado do Turismo

Nome/assinatura e carimbo do responsável onde a pesquisa será realizada

APÊNDICE G - PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE ESPORTES EM ARACAJU

APRESENTAÇÃO

Aracaju, cidade de belezas naturais, hospitalidade reconhecida e energia vibrante, possui todas as condições para se consolidar como referência nacional em Turismo de Esportes. Este plano estratégico nasce com a missão de transformar esse potencial em resultados reais — movimentando a economia, fortalecendo a identidade cultural e projetando a capital sergipana para novos horizontes. Como lembra Gibson (1998), o turismo esportivo tem a capacidade de unir mobilidade, consumo e experiências, sendo um vetor de desenvolvimento local quando bem estruturado.

Entretanto, apesar desse potencial evidente, o problema central da pesquisa reside no fato de que o Turismo de Esportes em Aracaju ainda carece de planejamento integrado, políticas públicas direcionadas e estratégias consistentes de promoção e gestão. Essa lacuna dificulta a consolidação do segmento como motor de desenvolvimento socioeconômico, cultural e ambiental, revelando a necessidade de diretrizes estratégicas capazes de orientar a sua estruturação e sustentabilidade no longo prazo.

A construção deste documento foi um trabalho colaborativo e criterioso. Começou-se com um mergulho profundo no cenário atual: analisamos dados, ouvimos especialistas, conversamos com atletas, gestores, e identificamos as oportunidades e desafios que moldam o futuro do segmento. Essa prática reflete o que Mintzberg (2004) denomina de processo de planejamento estratégico dinâmico, no qual a análise contextual é essencial para alinhar intenções com possibilidades reais. Nesse sentido, a escuta dos atores envolvidos confirma a perspectiva de Camargo (2004b), de que o turismo só se fortalece quando compreendido como um fenômeno social e cultural que integra múltiplas vozes e identidades.

Com esse diagnóstico em mãos, foram definidos objetivos claros e ambiciosos, sempre com os pés no chão e os olhos no futuro. A partir de metodologias participativas, reunimos diferentes vozes para construir uma visão compartilhada: um Turismo de Esportes que integra esporte, lazer, cultura e sustentabilidade, criando experiências memoráveis para quem visita e benefícios duradouros para quem vive em Aracaju. Chalip e McGuirly (2004) destacam que a construção de valor no turismo esportivo depende justamente dessa capacidade de articular benefícios econômicos, sociais e simbólicos, ampliando o legado dos eventos além de sua realização imediata.

O plano se estrutura em eixos estratégicos que abordam desde a captação de médios e grandes eventos e a promoção de Aracaju no mercado nacional e internacional, até a qualificação da mão de obra, melhoria da infraestrutura e uso da tecnologia para gestão e promoção. Essa abordagem dialoga com Getz (2008b), que ressalta a importância do planejamento orientado por eixos de ação para que destinos se tornem competitivos na atração de eventos. Do mesmo modo, Kotler, Bowen e Makens (2010) reforçam que a promoção de destinos turísticos deve ser acompanhada de uma gestão eficaz da marca e da experiência do visitante.

Cada ação foi pensada para ser mensurável, viável e capaz de gerar impacto direto no desenvolvimento do destino. Essa preocupação com métricas e avaliação contínua ecoa a visão de De Carlos, Alén e Fraiz (2020), segundo os quais a consolidação do turismo de esportes depende de indicadores claros de desempenho e de mecanismos de governança que assegurem transparência e adaptação.

Por fim, foi implantado um sistema de acompanhamento e revisão contínua, garantindo que este plano não seja um documento estático, mas uma ferramenta viva e adaptável. Tal perspectiva está em consonância com Beni (2006), que defende a necessidade de políticas públicas em turismo serem construídas de modo sistêmico e revisáveis, para que possam acompanhar as transformações sociais, econômicas e ambientais. Assim, reafirmamos o compromisso de fazer do Turismo de Esportes um motor de crescimento econômico, orgulho local e cartão de visitas para o Brasil e o mundo.

CENÁRIO GERAL DO DESTINO TURÍSTICO

Aracaju, capital do estado de Sergipe, está localizada na região Nordeste do Brasil, às margens do Oceano Atlântico, estrategicamente posicionada entre Salvador (BA) e Maceió (AL). Com uma população estimada em cerca de 670 mil habitantes (IBGE, 2024), a cidade se destaca pelo equilíbrio entre qualidade de vida, infraestrutura urbana e hospitalidade, sendo reconhecida por sua organização, segurança relativa e custo de vida mais acessível em comparação a outras capitais nordestinas (Agência Aracaju, 2024).

O destino possui clima tropical, com temperaturas médias anuais de 26 °C, tornando-o atraente para atividades ao ar livre e eventos durante todo o ano. A orla marítima, com aproximadamente 6 km de extensão, abriga espaços para esportes, ciclovias, áreas de lazer e equipamentos turísticos. Além disso, a cidade conta com aeroporto internacional, rede hoteleira diversificada, centro de convenções, boas rodovias e malha aérea conectando diretamente com

os principais polos emissores para o destino, fatores que favorecem a recepção de visitantes e a realização de eventos (Sergipe, 2024d).

O turismo em Aracaju é impulsionado por segmentos como sol e praia, cultura, turismo de negócios e eventos, e cada vez mais, pelo turismo de esportes. Entre seus produtos e atrativos mais reconhecidos estão as praias urbanas (Atalaia, Aruana, Refúgio), o Oceanário de Aracaju (Projeto Tamar, 2024), o Centro de Turismo de Aracaju (antiga Alfândega), os Mercados Municipais, a Passarela do Caranguejo, a Orla do Pôr do Sol (Prefeitura de Aracaju, 2024a) e a Ponte Gilberto Amado, que liga a cidade ao litoral sul.

Em 2024, o estado de Sergipe recebeu um total de 1.516.736 turistas, um crescimento de 8,4% em relação ao ano anterior (Fecomércio-SE, 2024b). O Aeroporto Internacional de Aracaju – Santa Maria registrou 1.286.300 embarques e desembarques, um aumento de 9,4% sobre 2023, marcando o melhor resultado da última década (Sergipe, 2024e). A taxa média de ocupação hoteleira apresentou bons índices: 85% no mês de janeiro (FaxAJU, 2024), 92,11% no feriado da Páscoa (AJN1, 2025), 70% em junho com picos de 97% no São João e São Pedro (AJN1, 2024) e quase 100% no Pré-Caju (Radar Sergipe, 2024).

Eventos tradicionais como o Forró Caju, que reúne cerca de 1 milhão de pessoas e 140 atrações em 14 noites (Prefeitura de Aracaju, 2024b), a Corrida Cidade de Aracaju, a Maratona de Aracaju e competições nacionais e internacionais de vôlei de praia e ginástica em diversas modalidades movimentam o calendário e atraem público local e visitantes. Nos últimos anos, Aracaju vem se posicionando de forma estratégica para diversificar sua oferta turística, investindo na integração entre cultura, esporte e lazer, reforçando sua vocação como destino competitivo para eventos e para o Turismo de Esportes.

DIAGNÓSTICO

O diagnóstico do Turismo de Esportes em Aracaju revela um cenário em ascensão, impulsionado por eventos de diferentes portes, infraestrutura turística consolidada e um contexto urbano favorável à prática esportiva. Segundo Gibson (1998), destinos com recursos naturais, infraestrutura adequada e um calendário de eventos estruturado tendem a se destacar no turismo esportivo, atraindo tanto participantes quanto espectadores. Nesse sentido, Aracaju apresenta características compatíveis com mercados emergentes, capazes de ampliar sua participação em competições nacionais e internacionais.

Análise do Macroambiente

O macroambiente do turismo esportivo em Aracaju é influenciado por fatores sociais, econômicos, políticos, tecnológicos e ambientais que, embora externos à gestão local, exercem impacto direto sobre o desempenho do setor. No aspecto social, observa-se o crescente interesse da população por atividades físicas e eventos ao ar livre, associado à valorização da qualidade de vida e da saúde. No campo econômico, há potencial de geração de receitas por meio da captação de competições e eventos de porte regional e nacional, mas a instabilidade econômica nacional pode limitar investimentos no setor (Rodrigues; Santos; Moraes, 2023).

Em termos políticos e legais, políticas públicas voltadas ao esporte e ao turismo têm favorecido o segmento, embora a instabilidade orçamentária e a burocracia para licenciamento de eventos ainda sejam entraves importantes. No campo tecnológico, cresce o uso de plataformas digitais para promoção e comercialização de pacotes, exigindo investimentos em infraestrutura de comunicação. Por fim, o fator ambiental revela tanto oportunidades quanto riscos: a abundância de áreas naturais propícias ao turismo esportivo é um ativo estratégico, mas eventos mal geridos podem gerar impactos ambientais negativos, o que requer políticas efetivas de sustentabilidade (Silva; Souza; Pereira, 2021).

Análise do Microambiente

O microambiente engloba elementos internos que compõem a estrutura de oferta do turismo esportivo em Aracaju e que influenciam diretamente sua competitividade. Entre os pontos positivos, destacam-se os recursos naturais diversificados, a infraestrutura da Orla da Atalaia — reconhecida pela segurança e pela qualidade dos equipamentos — e a rede hoteleira com boa capacidade de atendimento, associada a uma gastronomia típica e atrativa (Lima; Souza, 2022). A hospitalidade da população local é outro diferencial que contribui para experiências positivas e para a fidelização de visitantes (Gonçalves; Martins, 2023).

No entanto, persistem fragilidades, como a ausência de um planejamento estratégico integrado e contínuo entre os setores público e privado, a carência de investimentos regulares em infraestrutura esportiva e turística moderna e acessível, e a divulgação institucional insuficiente e pouco segmentada para eventos esportivos. Soma-se a isso a limitação na oferta de serviços especializados, como guias técnicos, transporte específico para atletas e opções de lazer complementares. A sazonalidade elevada e a concentração de eventos em períodos específicos também reduzem o aproveitamento contínuo das estruturas disponíveis (Fernandes; Almeida; Silva, 2021).

Esse panorama reforça que, para transformar potencial em resultado, é necessário um planejamento estratégico consistente, integrando poder público, iniciativa privada e sociedade civil. Kotler, Bowen e Makens (2010) afirmam que a construção de um destino competitivo exige uma proposta clara de valor e posicionamento no mercado, enquanto Mintzberg (2004) salienta que a estratégia bem-sucedida é aquela que combina visão de longo prazo com flexibilidade para se adaptar às mudanças do ambiente.

A análise do micro e macroambiente é fundamental para compreender as forças internas e externas que influenciam o desenvolvimento do turismo esportivo em Aracaju. Segundo Kotler, Bowen e Makens (2010), o microambiente corresponde aos atores e forças próximas à organização — ou, neste caso, ao destino — que afetam diretamente sua capacidade de atender visitantes, enquanto o macroambiente envolve fatores de ordem mais ampla, que moldam o contexto no qual o turismo se desenvolve.

Análise SWOT

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) — ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças) em português — é uma ferramenta de diagnóstico estratégico fundamental. Conforme defendido por autores como Michael Porter e Philip Kotler, seu verdadeiro valor não está apenas em listar os fatores, mas em analisar as conexões entre eles para fundamentar a tomada de decisão.

A seguir, análise SWOT (Quadro 4) e, na sequência, o cruzamento desses fatores para a formulação de recomendações estratégicas. Os fatores internos referem-se as forças e as fraquezas e os fatores externos, as oportunidades e ameaças.

Quadro 3. Análise SWOT.

<p>FORÇAS <i>Atributos da cidade e do setor que dão vantagem competitiva.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestrutura e Logística: Vantagens competitivas em infraestrutura urbana, localização estratégica no Nordeste e boa malha viária. • Cenários Naturais: Diversidade de rios, praias e áreas verdes, com destaque para a Orla da Atalaia, ideais para múltiplas modalidades esportivas. • Hospitalidade e Cultura: Cultura acolhedora que agrega valor à experiência do turista e gera fidelização. • Apoio Institucional Crescente: Políticas integradas e parcerias entre secretarias para fomento de eventos. • Capacidade de Sediamento: Portfólio diversificado e experiência em sediar eventos, gerando impacto socioeconômico positivo. • Trade Turístico: Oferta qualificada de hotelaria, gastronomia e operadores especializados.
<p>FRAQUEZAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planejamento e Gestão: Ausência de um planejamento estratégico integrado e contínuo entre os stakeholders.

<i>Atributos da cidade e do setor que criam desvantagens.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestrutura Esportiva: Insuficiência de equipamentos esportivos modernos, acessíveis e de apoio. Carência de investimentos regulares. • Promoção e Marketing: Divulgação insuficiente, pouco segmentada e frágil para posicionar Aracaju como destino de esportes. • Profissionalização e Continuidade: Lacunas na profissionalização dos serviços locais (guias, transporte) e falta de continuidade nas políticas. • Conectividade Aérea: Competitividade reduzida em comparação a outros destinos. • Sazonalidade e Burocracia: Concentração de eventos em períodos específicos e burocracia para licenciamento.
OPORTUNIDADES <i>Fatores externos que a cidade pode aproveitar para obter vantagens.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento da Demanda: Aumento do interesse da população por práticas esportivas, saúde, bem-estar e eventos ao ar livre. • Captação de Eventos: Potencial para atrair competições de maior porte (regionais e nacionais). • Integração de Segmentos: Possibilidade de associar o turismo de esportes ao de natureza, cultural e de base comunitária. • Legado Positivo: Potencial de eventos bem planejados para consolidar a imagem do destino e gerar benefícios a longo prazo. • Novos Nichos de Mercado: Demanda por experiências que combinem turismo ativo e sustentável.
AMEAÇAS <i>Fatores externos que podem prejudicar o desenvolvimento do setor.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência: Competição acirrada com destinos turísticos mais consolidados no segmento esportivo. • Instabilidade Orçamentária: Incerteza nos recursos públicos para políticas de esporte e turismo, comprometendo a continuidade. • Impactos Ambientais: Riscos associados à má gestão de eventos de grande porte em ecossistemas sensíveis. • Sazonalidade Excessiva: Dependência de certas épocas do ano pode gerar instabilidade econômica para o trade local. • Crises Externas: Fatores macroeconômicos ou sanitários que podem reduzir o fluxo de turistas e investimentos.

Fonte: Elaboração própria (2025).

Aracaju possui ativos extraordinários para se consolidar como um polo de turismo esportivo. Suas **forças**, como os cenários naturais e a infraestrutura da orla, são bases sólidas. As **oportunidades**, impulsionadas por uma mudança global em direção a um estilo de vida mais saudável, são vastas e crescentes.

Contudo, as **fraquezas**, especialmente a ausência de um planejamento estratégico integrado e a promoção insuficiente, atuam como âncoras que impedem o destino de alcançar seu pleno potencial. Essas fragilidades, quando expostas às **ameaças** de concorrência e instabilidade financeira, representam um risco real à sustentabilidade do segmento.

A recomendação central é a **institucionalização da governança colaborativa**. A criação de um comitê ou conselho gestor permanente, com participação ativa do poder público, trade turístico, federações esportivas e comunidade, é o passo fundamental para transformar o diagnóstico em um plano de ação coeso, contínuo e eficaz, alinhado aos princípios de gestão defendidos por Peter Drucker e aos objetivos do turismo sustentável.

MISSÃO, VISÃO E VALORES

A Missão, a Visão e os Valores são, portanto, elementos interdependentes que formam o DNA estratégico de uma organização. A Missão define o presente, a Visão aponta para o futuro e os Valores ditam o caminho e a forma de chegar lá. Juntos, eles fornecem clareza, direção e um senso de propósito que são cruciais para o sucesso a longo prazo (Chiavenato, 2021a).

A definição clara de Missão, Visão e Valores é absolutamente crucial para o sucesso de qualquer plano estratégico, e para o desenvolvimento do Turismo de Esporte em Aracaju, essa tríade adquire uma importância ainda maior, dado o cenário complexo e as particularidades identificadas na análise SWOT.

Esses elementos fornecem a **espinha dorsal** que transforma um conjunto de ideias e ações em um movimento coeso, sustentável e com propósito. Sem essa clareza estratégica, o plano corre o risco de ser fragmentado, inconsistente, suscetível a mudanças políticas e orçamentárias (Ameaças), e de não conseguir mobilizar a sinergia necessária entre as diversas partes interessadas para superar as fraquezas identificadas.

Missão

Ativar e desenvolver o potencial esportivo de Aracaju, de forma a proporcionar experiências enriquecedoras a atletas, participantes e espectadores, impulsionando o turismo sustentável e gerando valor socioeconômico, cultural, inclusão social e qualidade de vida para a comunidade local.

Visão

Ser reconhecido, até 2032, como um destino esportivo de excelência e referência nacional e internacional, consolidando Aracaju como palco de grandes eventos e um centro de experiências esportivas diversificadas, inovadoras e sustentáveis, integradas às suas belezas naturais e à rica cultura local.

Valores

Os Valores representam os princípios e crenças fundamentais que orientarão as decisões, comportamentos e a cultura organizacional por trás do desenvolvimento do Turismo de Esporte em Aracaju. Porter ressalta que os valores devem ser consistentes com a estratégia e a identidade da organização.

Excelência e Inovação Esportiva

Buscar a melhoria contínua na organização de eventos, na qualidade da infraestrutura e na diversidade das ofertas esportivas, utilizando a criatividade e as novas tecnologias para proporcionar experiências de alto nível e superar as expectativas dos participantes.

Sustentabilidade Integral

Comprometer-se com a gestão responsável dos recursos naturais e culturais, minimizando impactos ambientais, promovendo a inclusão social e garantindo a viabilidade econômica do turismo esportivo a longo prazo, para o benefício das gerações presentes e futuras.

Colaboração e Engajamento

Fomentar parcerias sólidas e estratégicas entre o poder público, a iniciativa privada, as comunidades locais e as federações e entidades esportivas, construindo um ecossistema colaborativo que fortaleça e amplie o turismo de esportes em Aracaju.

Paixão e Hospitalidade

Cultivar a paixão pelo esporte e pela região, acolhendo atletas e visitantes com a genuína hospitalidade sergipana, tornando cada experiência esportiva memorável, inspiradora e autêntica.

Integridade e Transparência

Agir com ética, honestidade e clareza em todas as relações e processos, desde o planejamento e a captação de recursos até a execução dos eventos e a comunicação, construindo a confiança e a credibilidade necessárias para o desenvolvimento sustentável do setor.

OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS

Após um diagnóstico abrangente, que incluiu a análise micro e macro ambiental e uma detalhada análise SWOT — ferramenta crucial para sintetizar as forças e fraquezas internas, bem como as oportunidades e ameaças externas, conforme defendido por autores como Porter e Kotler —, a etapa seguinte e fundamental para o plano estratégico de desenvolvimento do turismo de esporte em Aracaju foi a definição de sua Missão, Visão e Valores. Essa fundação

estratégica, que estabelece o propósito presente, a aspiração futura e os princípios orientadores do projeto, serviu como um alicerce sólido e indispensável para a subsequente e precisa formulação dos objetivos geral e específicos do plano, garantindo alinhamento e direcionamento para todas as ações futuras.

Objetivo Geral

Consolidar Aracaju como um destino de excelência para o Turismo de Esportes no cenário nacional, atraindo eventos, qualificando a infraestrutura e os serviços, e gerando desenvolvimento socioeconômico, cultural e ambiental para a cidade e o estado.

Objetivos Específicos e Estratégias

Para alcançar o objetivo geral, foram propostos cinco objetivos específicos, cada um com estratégias claras e acionáveis.

Objetivo Específico 1: Fomentar a Captação e Realização de Eventos Esportivos de Médio e Grande Porte

Este objetivo visa transformar Aracaju em um polo de eventos esportivos, gerando fluxo turístico qualificado e visibilidade.

Estratégias:

- Criação de um Escritório de Captação de Eventos Esportivos: Estabelecer uma célula dedicada, preferencialmente com representação das secretarias de turismo (municipal e estadual) e do trade, para identificar e prospectar grandes eventos nacionais e internacionais compatíveis com o perfil de Aracaju e suas capacidades. Este escritório deverá atuar ativamente na simplificação dos processos burocráticos e na articulação com órgãos licenciadores, utilizando, quando possível, sistemas integrados para agilizar as autorizações de eventos.
- Desenvolvimento de um Calendário Anual Integrado de Eventos Esportivos: Mapear os eventos já existentes, potencializá-los e criar eventos proprietários que valorizem as características naturais de Aracaju (ex.: corridas de rua temáticas, competições aquáticas no Rio Sergipe e orla, eventos de ciclismo em parques e áreas urbanas), com foco na redução da sazonalidade turística. Este calendário deve ser divulgado amplamente em plataformas digitais e em feiras do setor.

- Realização da “Semana do Turismo de Esportes de Aracaju”: Implementar um evento anual consolidado que combine competições, workshops, fóruns de negócios e visitas técnicas para organizadores de eventos. A Semana serviria como vitrine das potencialidades de Aracaju, incentivando a prospecção e a geração de novas oportunidades.
- Desenvolver um plano de prospecção e negociação com companhias aéreas para ampliar a malha aérea e a frequência de voos para Aracaju, visando melhorar a acessibilidade e a competitividade do destino para eventos e turistas esportivos.

Objetivo Específico 2: Qualificar e Ampliar a Infraestrutura Esportiva e de Apoio ao Turismo de Esportes

Estratégias:

- Mapeamento Detalhado e Diagnóstico da Infraestrutura Existente: Realizar um levantamento completo das instalações esportivas (públicas e privadas), acomodações, acessos, hospitais, e outros serviços de apoio em Aracaju, identificando pontos fortes e gargalos em termos de capacidade, conservação e adequação para diferentes modalidades.
- Elaboração de um Plano de Modernização e Desenvolvimento de Infraestrutura Sustentável: Com base no diagnóstico, propor projetos prioritários para a reforma e construção de novas instalações, com foco em sustentabilidade (uso de energias renováveis, gestão de resíduos) e multifuncionalidade. Buscar parcerias público-privadas (PPPs) para viabilizar investimentos.
- Desenvolvimento de Rotas e Circuitos Esportivos Urbanos e Naturais: Criar e sinalizar trilhas, ciclovias e percursos para corrida em áreas estratégicas da cidade e arredores, destacando os atrativos naturais e culturais. Isso inclui a instalação de pontos de apoio, hidratação e segurança para praticantes de esporte recreativo e competitivo.

Objetivo Específico 3: Implementar Estratégias de Promoção e Marketing Digitais Especializadas

Estratégias:

- Criação de uma Plataforma Digital Integrada de Turismo de Esportes de Aracaju: Desenvolver um portal e aplicativo com informações abrangentes sobre eventos, locais para prática esportiva, roteiros personalizados, informações sobre hospedagem,

gastronomia, transporte e serviços de apoio. A plataforma deve ser intuitiva, multilíngue e com funcionalidades de geolocalização e agendamento.

- Campanhas de Marketing Digital Direcionadas: Investir em publicidade online segmentada para atletas, clubes, federações e entusiastas de esportes, utilizando redes sociais, plataformas especializadas e influenciadores digitais do universo esportivo. Destacar os diferenciais de Aracaju: clima, paisagens, segurança, hospitalidade e diversidade de modalidades.
- Participação em Feiras e Eventos Nacionais e Internacionais do Setor Esportivo e de Turismo: Marcar presença nos principais encontros da indústria, apresentando Aracaju como destino, realizando *networking* e buscando novas oportunidades de negócios e parcerias.

Objetivo Específico 4: Fortalecer a Capacitação Profissional e a Qualidade dos Serviços Turísticos Esportivos

Estratégias:

- Diagnóstico das Necessidades de Qualificação do Trade Turístico e Setor Esportivo: Realizar pesquisas e workshops com hotéis, restaurantes, agências de receptivo, guias, profissionais de segurança e saúde, identificando as principais lacunas em atendimento a turistas e atletas, gestão de eventos e conhecimento de modalidades esportivas.
- Desenvolvimento de Programas de Capacitação e Certificação Específicos: Em parceria com instituições de ensino superior (representadas na comissão) e Sistema S (SENAC, SESI etc.), criar cursos, oficinas e treinamentos em áreas como gestão de eventos esportivos, primeiros socorros em atividades ao ar livre, atendimento bilíngue, logística para delegações e hospitalidade esportiva.
- Estabelecimento de um Programa de Intercâmbio Esportivo e de Conhecimento: Criar um programa que permita o intercâmbio de atletas e profissionais sergipanos com centros de excelência no Brasil e no exterior, e que atraia atletas e técnicos de outras regiões para treinamentos e clínicas em Aracaju, fomentando a troca de experiências e a elevação do nível técnico local.

Objetivo Específico 5: Promover a Sustentabilidade e a Integração da Comunidade Local no Turismo de Esportes

Estratégias:

- **Elaboração e Implementação de Diretrizes de Sustentabilidade para Eventos Esportivos:** Desenvolver um manual de boas práticas para organizadores de eventos em Aracaju, que inclua temas como gestão de resíduos, uso consciente de água e energia, redução da pegada de carbono, e promoção da cultura local, garantindo que o crescimento do setor seja ecologicamente responsável.
- **Criação de Programas de Engajamento e Benefício Comunitário:** Desenvolver iniciativas que envolvam diretamente as comunidades locais, especialmente em áreas onde os eventos ocorrem ou as atividades esportivas são praticadas. Isso pode incluir a formação de voluntários, o estímulo a pequenos empreendedores locais (artesanato, gastronomia), e a promoção de atividades esportivas e culturais inclusivas para a população.
- **Fomento à Pesquisa e Inovação em Turismo de Esportes Sustentável:** Em parceria com as instituições de ensino, incentivar estudos sobre os impactos socioambientais e econômicos do turismo de esportes em Aracaju, buscando soluções inovadoras e adaptadas à realidade local para maximizar os benefícios e mitigar os desafios.

Objetivo Específico 6: Institucionalizar e Fortalecer a Governança e o Marco Legal-Orçamentário para o Turismo de Esportes.

Estratégias:

- **Propor e Implementar Legislação de Incentivo e Financiamento Contínuo:** Elaborar uma proposta de lei de incentivo específica para o turismo de esporte, garantindo a alocação de recursos anuais e a criação de um fundo dedicado para captação e realização de eventos e desenvolvimento da infraestrutura.
- **Estruturar um Comitê Gestor Interinstitucional Permanente:** Formalizar e operacionalizar um conselho ou comitê com representação paritária do poder público (municipal e estadual, de turismo, esporte, infraestrutura), iniciativa privada (trade turístico, federações) e comunidade, responsável pela execução, monitoramento e atualização contínua do plano estratégico.
- **Desenvolver Indicadores de Desempenho e Mecanismos de Monitoramento:** Estabelecer KPIs claros para cada objetivo, garantindo a mensuração do progresso, a transparência e a capacidade de realizar ajustes estratégicos baseados em dados, assegurando a continuidade das políticas públicas.

PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO

Objetivo Específico 1: Fomentar a Captação e Realização de Eventos Esportivos de Médio e Grande Porte							
Estratégia	O que fazer (What)	Como (How)	Por que (Why)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Custo Estimado (How Much)
Criação de um Escritório de Captação de Eventos Esportivos	Formalizar e estruturar o Escritório de Captação de Eventos Esportivos.	Definir o escopo de atuação, composição da equipe multidisciplinar (representantes SETUR/SE, SETUR/Aracaju, Trade), orçamento inicial e formalização via decreto/portaria municipal.	Centralizar e otimizar os esforços de prospecção, planejamento e coordenação logística para a atração de eventos.	Setur Aracaju (liderança), SETUR/SE, SEJESP, Representantes do Trade Turístico, Federações Esportivas.	2026.1	Sede da Secretaria Municipal de Turismo de Aracaju.	Moderado (Estrutura, salários, equipamentos iniciais).
Desenvolvimento de um Calendário Anual Integrado de Eventos Esportivos	Elaborar, consolidar e divulgar um calendário abrangente de eventos esportivos.	Mapear eventos existentes, prospectar e agendar novos (locais, regionais, nacionais), integrar com o calendário turístico, criar plataforma digital de divulgação e material impresso.	Otimizar datas, evitar sobreposições, promover sinergias e dar visibilidade e previsibilidade aos eventos para turistas e organizadores.	Escritório de Captação, SETUR Aracaju/SE, SEJESP, Federações Esportivas, Organizadores de Eventos.	2025.2	Plataformas digitais (website, app), CAT's (Centros de Apoio ao Turista), Feiras do setor.	Baixo a Moderado (Desenvolvimento da plataforma, design e impressão).
Realização da "Semana do Turismo de Esportes de Aracaju"	Planejar, organizar e executar o evento anual "Semana do Turismo de Esportes de Aracaju".	Definir programação (competições, workshops, fóruns de negócios, visitas técnicas), buscar patrocínios, desenvolver plano	Servir como vitrine do potencial de Aracaju no Turismo de Esportes, fomentar networking e	Escritório de Captação, SETUR Aracaju/SE, SEJESP, Trade Turístico, Instituições de Ensino Superior, Federações Esportivas.	2026.1	Locais estratégicos em Aracaju (arenas, orla, centros de convenções, espaços públicos, áreas naturais).	Alto (Estrutura do evento, marketing, atrações, logística, segurança).

		de marketing e logística detalhado.	atrair novos eventos e investimentos para a cidade.				
Objetivo Específico 2: Qualificar e Ampliar a Infraestrutura Esportiva e de Apoio ao Turismo de Esportes							
Estratégia	O que fazer (What)	Como (How)	Por que (Why)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Custo Estimado (How Much)
Mapeamento Detalhado e Diagnóstico da Infraestrutura Existente	Realizar um levantamento completo e detalhado da infraestrutura esportiva e de apoio ao turismo em Aracaju.	Formar equipe técnica (engenheiros, arquitetos, pesquisadores), realizar visitas in loco, coletar dados sobre capacidade, condição, acessibilidade e adequação para modalidades esportivas.	Identificar pontos fortes e gargalos, bem como oportunidades de melhoria e expansão, para embasar o planejamento de investimentos.	SETUR Aracaju/SE, SEJESP, Secretarias de Obras e Planejamento, Instituições de Ensino (Turismo/Engenharia).	2026	Todas as instalações esportivas e áreas de interesse turístico/esportivo em Aracaju.	Moderado (Equipe técnica, deslocamento, software de mapeamento).
Elaboração de um Plano de Modernização e Desenvolvimento de Infraestrutura Sustentável	Desenvolver um plano de ação para reforma, modernização e construção de novas infraestruturas.	Analisar diagnóstico, priorizar projetos, realizar estudos de viabilidade técnica/econômica, buscar fontes de financiamento (PPPs, fundos de investimento, emendas parlamentares).	Assegurar que Aracaju possua infraestrutura adequada, multifuncional e sustentável para o crescimento do turismo esportivo.	SETUR Aracaju/SE, SEJESP, Secretarias de Obras/Planejamento, Parceiros Privados, Instituições de Ensino.	2026.2	Documento formal do plano, a ser implementado em Aracaju.	Baixo (Elaboração do plano); Variável (Implementação dos projetos - Alto).
Desenvolvimento de Rotas e Circuitos Esportivos Urbanos e Naturais	Projetar, sinalizar e implementar rotas e circuitos para diversas modalidades esportivas.	Mapear áreas propícias, elaborar projetos de sinalização (vertical e horizontal), instalar pontos de apoio (hidratação,	Facilitar a prática esportiva para moradores e turistas, valorizar os atrativos naturais e	SETUR Aracaju/SE, SEJESP, Secretaria de Meio Ambiente, Secretaria de Obras, Instituições de Ensino, SMTT Aracaju/SE,	2027.1	Orla de Atalaia, Parque da Sementeira, Rio Sergipe, Manguezais, áreas verdes urbanas e rurais.	Moderado a Alto (Projeto, sinalização, instalação de equipamentos de apoio, manutenção).

		primeiros socorros), e garantir manutenção periódica.	urbanos, e melhorar a experiência do usuário.	Marinha, Federações Esportivas.			
Objetivo Específico 3: Implementar Estratégias de Promoção e Marketing Digitais Especializadas							
Estratégia	O que fazer (What)	Como (How)	Por que (Why)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Custo Estimado (How Much)
Criação de uma Plataforma Digital Integrada de Turismo de Esportes de Aracaju	Desenvolver um portal web e um aplicativo móvel dedicados ao Turismo de Esportes.	Contratar empresa de desenvolvimento, definir funcionalidades (geolocalização, calendário de eventos, roteiros, integração com reservas, notícias), criar conteúdo (vídeos, fotos de alta qualidade).	Centralizar informações, facilitar o planejamento da viagem para turistas esportivos e promover Aracaju como um destino inteligente e conectado.	SETUR Aracaju/SE, SEJESP, Escritório de Captação, Empresas de Tecnologia, Trade Turístico.	2026.2	Ambiente digital (servidores web, lojas de aplicativos).	Alto (Desenvolvimento, design, conteúdo, hospedagem e manutenção).
Campanhas de Marketing Digital Direcionadas	Executar campanhas de marketing digital segmentadas para o público esportivo.	Elaborar planos de mídia, criar conteúdo visual e textual atraente, gerenciar redes sociais, estabelecer parcerias com influenciadores e mídias especializadas em esportes.	Atingir diretamente o público-alvo, aumentar a visibilidade de Aracaju como destino de Turismo de Esportes e gerar fluxo qualificado de visitantes.	SETUR Aracaju/SE (Coordenação de Marketing), Agência de Publicidade, Escritório de Captação.	2027.2	Plataformas digitais (Google Ads, Facebook/Instagram Ads, YouTube, blogs/sites especializados em esportes).	Moderado a Alto (Produção de conteúdo, investimento em mídia paga, gestão de campanhas).
Participação em Feiras e Eventos Nacionais e Internacionais do Setor Esportivo e de Turismo	Garantir presença estratégica em feiras, congressos e eventos	Selecionar os eventos com maior potencial de retorno, montar estande atrativo, produzir material promocional	Fortalecer o posicionamento de Aracaju no mercado, captar novos eventos e negócios, e manter-se	SETUR Aracaju/SE, Escritório de Captação, Trade Turístico (representantes do setor privado).	Anual, conforme calendário de feiras (iniciar 2026).	Grandes centros de convenções e feiras no Brasil (ex.: WTM Latin America, ABAV) e, futuramente, no exterior.	Moderado a Alto (Passagens, hospedagem, aluguel de estande, material promocional, equipe).

	relevantes do setor.	específico e enviar equipe qualificada para networking e prospecção.	atualizado sobre as tendências do setor.				
Objetivo Específico 4: Fortalecer a Capacitação Profissional e a Qualidade dos Serviços Turísticos Esportivos							
Estratégia	O que fazer (What)	Como (How)	Por que (Why)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Custo Estimado (How Much)
Diagnóstico das Necessidades de Qualificação do Trade Turístico e Setor Esportivo	Realizar um levantamento aprofundado das necessidades de capacitação.	Aplicar pesquisas, conduzir entrevistas e <i>focus groups</i> com hotéis, restaurantes, agências de receptivo, guias de turismo, federações esportivas, academias e atletas.	Identificar as lacunas de conhecimento e habilidades para direcionar o desenvolvimento de programas de capacitação eficazes e relevantes.	Instituições de Ensino Superior (Liderança), SETUR Aracaju/SE, Trade Turístico.	2025.2 a 2026.1	Aracaju (reuniões, entrevistas, aplicação de questionários).	Baixo (Equipe de pesquisa, material, análise de dados).
Desenvolvimento de Programas de Capacitação e Certificação Específicos	Criar e oferecer cursos, workshops e treinamentos focados no turismo de esportes.	Desenvolver currículos específicos (gestão de eventos esportivos, atendimento bilíngue, primeiros socorros em atividades outdoor, logística para delegações), em parceria com Sistema S e Instituições de Ensino.	Elevar o padrão de qualidade dos serviços turísticos, garantir a hospitalidade e a segurança para turistas e atletas, e profissionalizar a mão de obra local.	Instituições de Ensino Superior, Sistema S (SENAC, SESI), SETUR Aracaju/SE.	2026.2	Instituições de ensino, locais de eventos, plataformas de EAD.	Moderado (Professores/instrutores, material didático, certificação, infraestrutura de treinamento).
Estabelecimento de um Programa de Intercâmbio Esportivo e de Conhecimento	Formalizar e operacionalizar um programa de intercâmbio para atletas e profissionais do setor.	Definir critérios de seleção para intercâmbio (inbound/outbound), buscar parcerias com clubes, federações,	Qualificar atletas e profissionais locais, atrair talentos externos, promover a troca	SETUR Aracaju/SE, Secretarias de Esportes, Instituições de Ensino Superior, Federações Esportivas.	2026.2	Aracaju (recebimento), Centros de Excelência (nacional/internacional - envio).	Moderado a Alto (Bolsas, passagens, hospedagem, custos de treinamento/clínicas).

		universidades nacionais e internacionais, e captar recursos para bolsas/apoio logístico.	de experiências e posicionar Aracaju como centro de treinamento e conhecimento.				
Objetivo Específico 5: Promover a Sustentabilidade e a Integração da Comunidade Local no Turismo de Esportes							
Estratégia	O que fazer (What)	Como (How)	Por que (Why)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Custo Estimado (How Much)
Elaboração e Implementação de Diretrizes de Sustentabilidade para Eventos Esportivos	Criar um manual de boas práticas sustentáveis e garantir sua aplicação em eventos.	Realizar estudo de casos e melhores práticas, consultar especialistas em sustentabilidade, envolver organizadores de eventos em workshops para elaboração e disseminação das diretrizes.	Minimizar os impactos ambientais dos eventos, promover a responsabilidade socioambiental e fortalecer a imagem de Aracaju como destino sustentável.	SETUR Aracaju/SE, Secretaria de Meio Ambiente, Instituições de Ensino Superior, Organizadores de Eventos.	2027	Aplicável a todos os locais de eventos esportivos em Aracaju.	Baixo a Moderado (Consultoria especializada, material de divulgação, <i>workshops</i>).
Criação de Programas de Engajamento e Benefício Comunitário	Desenvolver e implementar programas que envolvam ativamente as comunidades locais.	Mapear comunidades próximas a áreas de eventos, identificar potenciais para participação (artesãos, culinária local), criar programas de voluntariado e apoiar iniciativas de pequenos negócios locais.	Garantir que os benefícios do turismo esportivo sejam distribuídos localmente, fortalecer o senso de pertencimento e a apropriação da população pelos eventos.	SETUR Aracaju/SE, Secretarias de Desenvolvimento Social, Associações Comunitárias, Trade Turístico.	2027	Comunidades e bairros de Aracaju com potencial de envolvimento ou impacto por eventos.	Moderado (Apoio a projetos comunitários, capacitação, material de divulgação).
Fomento à Pesquisa e Inovação em Turismo de	Incentivar a pesquisa científica e o desenvolvimento	Lançar editais de pesquisa, oferecer bolsas de estudo, promover parcerias com universidades e	Gerar conhecimento aplicado para aprimorar as práticas do	Instituições de Ensino Superior (Liderança), SETUR Aracaju/SE, Agências de Fomento à Pesquisa (ex.:	2027	Universidades, Centros de Pesquisa em Aracaju.	Moderado a Alto (Bolsas de pesquisa, infraestrutura laboratorial,

Esportes Sustentável	de soluções inovadoras.	centros de pesquisa, criar um observatório de turismo de esportes para monitoramento de dados e tendências.	turismo esportivo, identificar novas oportunidades e otimizar recursos de forma sustentável.	FAPITEC, CNPq, CAPES).			financiamento de projetos).
----------------------	-------------------------	---	--	------------------------	--	--	-----------------------------

Fonte: Elaboração própria (2025).

AVALIAÇÃO E CONTROLE

Abaixo, seguem os KPIs são *Key Performance Indicators*, que em português significa **Indicadores-Chave de Desempenho**. Sugeridos para cada uma das estratégias definidas, agrupados pelos nossos objetivos específicos:

Objetivo Específico 1: Fomentar a Captação e Realização de Eventos Esportivos de Médio e Grande Porte

- Estratégia: Criação de um Escritório de Captação de Eventos Esportivos
 - KPIs:
 - Número de propostas de eventos esportivos submetidas anualmente.
 - Número de eventos esportivos (médio/grande porte) captados e confirmados por ano.
 - Taxa de sucesso na captação (eventos confirmados/propostas submetidas).
 - Percentual de redução no tempo médio de resposta a consultas de organizadores de eventos.
- Estratégia: Desenvolvimento de um Calendário Anual Integrado de Eventos Esportivos
 - KPIs:
 - Número total de eventos esportivos listados e divulgados no calendário anual.
 - Percentual de eventos realizados fora da alta estação turística.
 - Número de acessos e *downloads* da plataforma digital do calendário.
 - Aumento médio da taxa de ocupação hoteleira nos meses de realização de eventos (comparado ao mesmo período pré-plano).
- Estratégia: Realização da “Semana do Turismo de Esportes de Aracaju”
 - KPIs:
 - Número de participantes (atletas, visitantes, público) na Semana.
 - Número de organizadores de eventos e investidores que participaram das visitas técnicas e fóruns.
 - Valor gerado em mídia espontânea (equivalência publicitária) para a Semana.
 - Índice de satisfação dos participantes da Semana.

Objetivo Específico 2: Qualificar e Ampliar a Infraestrutura Esportiva e de Apoio ao Turismo de Esportes

- Estratégia: Mapeamento Detalhado e Diagnóstico da Infraestrutura Existente
 - KPIs:
 - Percentual de infraestrutura esportiva e de apoio mapeada e diagnosticada.
 - Número de relatórios de diagnóstico e recomendações gerados.
 - Número de reuniões/workshops realizados para validação do diagnóstico com *stakeholders*.
- Estratégia: Elaboração de um Plano de Modernização e Desenvolvimento de Infraestrutura Sustentável
 - KPIs:
 - Status de conclusão e aprovação do Plano de Modernização (ex.: Concluído/Aprovado).
 - Número de projetos de infraestrutura sustentável priorizados e com viabilidade estudada.
 - Número de parcerias público-privadas (PPPs) ou outras fontes de financiamento formalizadas para projetos de infraestrutura.
- Estratégia: Desenvolvimento de Rotas e Circuitos Esportivos Urbanos e Naturais
 - KPIs:
 - Quilômetros de rotas e circuitos esportivos urbanos e naturais criados e sinalizados.
 - Número de pontos de apoio (hidratação, segurança) instalados e em funcionamento.
 - Índice de satisfação dos usuários das rotas e circuitos.
 - Número de eventos esportivos realizados utilizando as novas rotas/circuitos.

Objetivo Específico 3: Implementar Estratégias de Promoção e Marketing Digitais Especializadas

- Estratégia: Criação de uma Plataforma Digital Integrada de Turismo de Esportes de Aracaju
 - KPIs:

- Número de usuários/*downloads* do aplicativo e acessos únicos ao portal web.
 - Tempo médio de permanência nas plataformas e número de páginas visitadas por sessão.
 - Taxa de conversão (ex.: de visualização para inscrição em eventos/reservas).
- Estratégia: Campanhas de Marketing Digital Direcionadas
 - KPIs:
 - Alcance e impressões das campanhas digitais.
 - Taxa de engajamento (curtidas, compartilhamentos, comentários) nas publicações.
 - Custo por clique (CPC) e custo por aquisição (CPA) de *leads* qualificados.
 - Aumento no número de seguidores nas redes sociais do Turismo de Esportes de Aracaju.
- Estratégia: Participação em Feiras e Eventos Nacionais e Internacionais do Setor Esportivo e de Turismo
 - KPIs:
 - Número de feiras/eventos estratégicos com participação de Aracaju.
 - Número de contatos/*leads* qualificados gerados nas feiras.
 - ROI (Retorno sobre Investimento) da participação em feiras (baseado em novos negócios/eventos atraídos).
 - Número de novos acordos de cooperação ou parcerias estabelecidos.

Objetivo Específico 4: Fortalecer a Capacitação Profissional e a Qualidade dos Serviços Turísticos Esportivos

- Estratégia: Diagnóstico das Necessidades de Qualificação do Trade Turístico e Setor Esportivo
 - KPIs:
 - Percentual de *stakeholders* (hotéis, restaurantes, guias etc.) participantes do diagnóstico.
 - Número de lacunas de qualificação identificadas e categorizadas.
 - Qualidade do relatório de diagnóstico (avaliada por um comitê interno).

- Estratégia: Desenvolvimento de Programas de Capacitação e Certificação Específicos
 - KPIs:
 - Número de programas de capacitação/certificação oferecidos por ano.
 - Número de profissionais treinados e certificados.
 - Taxa de conclusão dos cursos pelos participantes.
 - Índice de satisfação dos participantes com os programas de capacitação.
 - Melhora percebida na qualidade do serviço (avaliada por *feedback* de visitantes/*mystery shopper*).
- Estratégia: Estabelecimento de um Programa de Intercâmbio Esportivo e de Conhecimento
 - KPIs:
 - Número de atletas e profissionais envolvidos nos programas de intercâmbio (*inbound* e *outbound*).
 - Número de convênios/parcerias firmados com instituições de ensino e esportivas para o intercâmbio.
 - Percentual de aumento no nível técnico/qualificação dos participantes do intercâmbio (se aplicável).

Objetivo Específico 5: Promover a Sustentabilidade e a Integração da Comunidade Local no Turismo de Esportes

- Estratégia: Elaboração e Implementação de Diretrizes de Sustentabilidade para Eventos Esportivos
 - KPIs:
 - Status de conclusão e aprovação das diretrizes de sustentabilidade.
 - Percentual de eventos que aplicam as diretrizes de sustentabilidade (auditado).
 - Redução da pegada ambiental de eventos-piloto (ex.: redução de resíduos, consumo de água/energia).
- Estratégia: Criação de Programas de Engajamento e Benefício Comunitário
 - KPIs:
 - Número de programas de engajamento comunitário lançados por ano.
 - Número de membros da comunidade envolvidos ativamente em projetos.

- Número de pequenos empreendedores locais beneficiados diretamente por eventos.
- Índice de satisfação da comunidade com o envolvimento no turismo esportivo.
- Estratégia: Fomento à Pesquisa e Inovação em Turismo de Esportes Sustentável
 - KPIs:
 - Número de projetos de pesquisa e inovação concluídos.
 - Número de publicações científicas e apresentações em congressos sobre o tema.
 - Número de soluções inovadoras desenvolvidas e aplicadas ao turismo de esportes em Aracaju.
 - Valor de recursos captados para pesquisa e inovação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esporte em Aracaju foi concebido seguindo as etapas essenciais de um planejamento estratégico robusto. Iniciou-se com um diagnóstico aprofundado, que envolveu a análise micro e macro ambiental, culminando em uma detalhada análise SWOT para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças por meio de aplicação de questionários a atletas e espectadores de 3 eventos esportivos que aconteceram no final de 2024 e início do ano de 2025 (Itaú BB IronMan 70.3; Sul-Americano de Ginástica Rítmica; e a 40ª edição da Corrida Cidade de Aracaju), bem como a realização de entrevistas aos principais *stakeholders* relacionados ao turismo de esporte.

A partir desse entendimento, foram solidificadas a Missão, Visão e os Valores, elementos que fornecem o propósito, a aspiração de futuro e os princípios éticos do projeto. Essa base estratégica permitiu a formulação de um Objetivo Geral claro e de Objetivos Específicos com estratégias bem definidas e acionáveis, confirmando uma abordagem metodológica completa e sequencial, essencial para a eficácia do planejamento. O plano, de fato, demonstra que a colaboração, as parcerias interinstitucionais e o engajamento de *stakeholders* são pilares transversais, permeando sua estrutura desde os valores até a concepção do Escritório de Captação e as parcerias para a infraestrutura.

A importância deste plano para o turismo de esporte em Aracaju é imensurável. Ele representa um marco na transição de um potencial reconhecido para uma ação coordenada e

estratégica. Ao consolidar Aracaju como um destino de excelência, o plano visa atrair eventos de médio e grande porte, qualificando infraestrutura e serviços, e gerando um desenvolvimento socioeconômico e ambientalmente sustentável. É a bússola para transformar as vantagens naturais e culturais da cidade em um polo esportivo de referência, combatendo fraquezas como a falta de planejamento e a sazonalidade, e capitalizando sobre o crescente interesse global em turismo esportivo.

Por fim, a importância da participação e responsabilidade do público envolvido no planejamento estratégico do destino turístico de esporte em Aracaju é absolutamente crucial para o sucesso e a longevidade do plano. O “público envolvido” não se restringe apenas aos órgãos oficiais e ao trade turístico; ele engloba a comunidade local e os próprios visitantes (atletas e espectadores). No contexto do planejamento estratégico, a responsabilidade é compartilhada: os órgãos públicos e as entidades do trade devem liderar a concepção, o direcionamento e a implementação das estratégias. Contudo, a comunidade local, por meio de sua hospitalidade, engajamento em eventos e a manutenção de um ambiente acolhedor, é vital para a validação e o sucesso das iniciativas planejadas, influenciando diretamente a imagem e a experiência do destino. Além disso, a coleta contínua de *feedback* de visitantes e atletas, através de canais estruturados, oferece *insights* valiosos que devem realimentar o processo de planejamento, permitindo ajustes estratégicos e a identificação de novas oportunidades. Somente com o envolvimento ativo e apropriação por parte de todos esses atores, o plano estratégico deixará de ser um documento para se tornar uma realidade viva e um motor de desenvolvimento sustentável para o turismo de esporte em Aracaju.