



Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo

TURISMO EM BRASÍLIA: A CANOAGEM COMO OPÇÃO TURÍSTICA

JOÃO RICARDO BORGES LINS EVANGELHO

CARLOS JOSÉ RODRIGUES DA SILVA

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do certificado de Especialista em Gestão da Hospitalidade

Brasília, DF, novembro de 2003.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Curso de Especialização em Gestão da Hospitalidade

TURISMO EM BRASÍLIA: A CANOAGEM COMO OPÇÃO TURÍSTICA

João Ricardo Borges Lins Evangelho

Banca Examinadora

Carlos José Rodrigues da Silva, Mestre
Orientador

Nome, titulação
Membro da Banca

Brasília, DF, ____ de _____ de 2003.

Dedico este trabalho ao Esporte e acima de tudo a Deus. O Esporte me ensinou muitos valores e Deus fez com que tudo isso fosse possível.

Aos meus pais, fonte da vida e concretizadores de sonhos.

Agradeço ao professor e orientador Carlos Rodrigues, por instigar seus alunos à pesquisa, guiando-os na busca pelo conhecimento.

TURISMO EM BRASÍLIA: A CANOAGEM COMO OPÇÃO TURÍSTICA

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| RESUMO | v |
| INTRODUÇÃO | 1 |
| 2. TURISMO | 3 |
| 2.1. CONCEITOS..... | 3 |
| 2.2. EVENTO TURÍSTICO..... | 4 |
| 2.3. TURISMO DESPORTIVO..... | 5 |
| 2.4. TURISMO DE AVENTURA..... | 7 |
| 3. O TURISMO NO DF..... | 12 |
| 3.1. TURISMO NA CIDADE..... | 12 |
| 3.2. ATRATIVOS NATURAIS EM BRASÍLIA..... | 18 |
| 3.3. INFRA-ESTRUTURA EXISTENTE EM BRASÍLIA..... | 21 |
| 3.3.1. LAGO PARANOÁ..... | 22 |
| 4. CANOAGEM..... | 25 |
| 4.1. CONCEITOS..... | 25 |
| 4.2. PRINCIPAIS MODALIDADES..... | 25 |
| 4.3. EVENTOS DE CANOAGEM ESPORTIVA EM BRASÍLIA..... | 28 |
| 4.4. CANOAGEM COMO OPÇÃO TURÍSTICA EM BRASÍLIA..... | 31 |
| 5. CONCLUSÃO | 33 |
| 6. REFERÊNCIAS..... | 35 |
| 7. ANEXO | 38 |

RESUMO

Este trabalho inicia ressaltando a importância do turismo como atividade econômica, com apresentação de dados significativos, caracterizando ser a Indústria do Turismo a que mais cresce no mundo. Posteriormente é abordado o evento turístico, em que são fornecido dados, com o objetivo de fornecer subsídios para um perfeito entendimento do evento desportivo. Após estas considerações, são apresentados conceitos e exemplos do turismo desportivo, realçando-se a grande aceitação da população em geral. No prosseguimento, busca-se enquadrar o turismo de aventura como atividade complementar ao turismo desportivo, avivando suas semelhanças. A partir deste ponto, são mostrados dados do turismo em Brasília, os atrativos naturais e artificiais do Distrito Federal e Entorno, região de influência do DF, como forma de embasar o capítulo seguinte, onde são demonstradas as potencialidades existentes na Capital Federal que possibilitam desenvolver competições esportivas de canoagem. Finalmente, são ressaltadas, na conclusão, os aspectos mais relevantes para que o DF, aproveitando suas características e infra-estrutura, se utilize do turismo desportivo como fator impulsionador para elevar sua indústria turística a um patamar compatível com sua importância política.

O grande objetivo deste trabalho é ressaltar a importância em realizar competições esportivas de canoagem no Lago Paranoá o qual viabilizem promover o esporte e alavancar a indústria turística na Capital Federal.

INTRODUÇÃO

O turismo destaca-se economicamente por ser uma grande fonte de renda e socialmente por ser um grande gerador de emprego. A indústria do turismo é o setor econômico que mais cresce no mundo, sendo o segundo setor que mais recebe investimentos. No Brasil, segundo fonte da WTTC/Embratur, 2001, os números da cadeia do turismo apresentam grandes oportunidades de crescimento.

Com uma receita anual de quatro bilhões de dólares em ingressos de divisas, um PIB de 46,1 bilhões atuando sobre cinquenta e dois segmentos da economia brasileira, o turismo está classificado em 24º lugar no mundo, sendo, hoje, o produto do país que mais tem crescido nos últimos anos, segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo no Distrito Federal (1999).

Esse crescimento pode ser explicado pela mudança da política cambial, no começo de 1999, que provocou uma transformação no setor, criando condições para que turistas estrangeiros visitassem o Brasil, aliado ao episódio de 11 de setembro, quando o país passou a absorver inúmeros turistas que se destinavam aos EUA e Europa. Estes fatores principais impulsionaram tanto o turismo externo quanto o interno, superando todas as expectativas de crescimento e contribuindo significativamente para o seu desenvolvimento.

Outra indústria que tem um desenvolvimento significativo no mundo é a indústria do esporte, que movimenta algo em torno de US\$ 1 trilhão por ano. A cada gol, cesta, raquetada, enfim, a cada belo lance, as empresas de marketing exploram a imagem, divulgam produtos e geram lucros exorbitantes. Fonte: TopSports

No Brasil, a indústria do esporte, que é a quarta do País, movimenta em média R\$ 31 bilhões por ano, representando o equivalente a 3,3 % do Produto Interno Bruto, segundo a Fundação Getúlio Vargas. Com os novos investimentos previstos e alocados, estima-se que essa indústria representará 5% do PIB brasileiro no ano 2003.

O Brasil, hoje, concentra seu pólo esportivo nos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo, por já existir infra-estrutura compatível, haver cultura turística e serem conhecidos internacionalmente, combinação que lhes garante retorno financeiro aos investimentos, o que facilita tanto o surgimento de patrocinadores, quanto a criação de políticas que os privilegiem em detrimento de outras regiões ou Estados.

Atualmente, para fugir da rotina estressante em que o homem é submetido, as pessoas têm procurado atividades que lhes permitam aliviar este estresse e é nesse contexto que o desenvolvimento de eventos desportivos pode oferecer variadas opções de lazer para a população local e atrair visitantes, movimentando a economia local.

Brasília possui uma infra-estrutura compatível para desenvolver variados eventos esportivos dos quais destaca-se, por abrigar o Lago Paranoá, seu potencial para a prática de esportes aquáticos como remo, canoagem, esportes com vela, dentre outros.

Aliando-se ao fato do Lago Paranoá ser um cartão postal da cidade com a potencialidade para o desenvolvimento de atividades desportivas, torna-se oportuno verificar a viabilidade de realizar um evento esportivo, como a canoagem, que venha a agregar alternativas de lazer e recreação para as habitantes da cidade, ao mesmo tempo que beneficie o desenvolvimento turístico do DF.

A proposta deste trabalho é demonstrar a relação direta existente entre o Esporte e o Turismo, bem como a viabilidade de serem realizados eventos desportivos, no qual será enfocada a modalidade de Canoagem, como potencializadora do desenvolvimento do Turismo em Brasília e no Distrito Federal.

Para tal, será demonstrada a importância do lago Paranoá para realização de eventos aquáticos, a íntima relação do turismo desportivo com o turismo de aventura. Serão apresentados os atrativos turísticos e a infra-estrutura existente no DF para, finalmente, concluir com a análise da viabilidade da implementação de eventos desportivos aquáticos no DF como fator de desenvolvimento do turismo local.

2. TURISMO

2.1. CONCEITOS

Segundo a ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT, 1998), o turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações de compra e venda de serviços turísticos, efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. Gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita.

O turismo, segundo PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO DISTRITO FEDERAL (1999), representa uma participação direta no PIB mundial de 3 a 4% como atividade econômica internacional. Incluindo a participação indireta, a representatividade sobe para mais de 11% recebendo 11,4% dos investimentos globais de todas as atividades produtivas.

Os produtos turísticos¹ de acordo com a (OMT, 1999), totalizam mais de 52 segmentos da economia com reflexos diretos e indiretos sobre a geração de empregos. Em função disto todos os investimentos solicitados para criação de um emprego no setor turístico são inferiores aos outros setores. O setor movimenta 3,4 trilhões de dólares, emprega 260 milhões de pessoas, que equivale a 9% dos postos de trabalho chegando a 17% dos empregos existentes.

Para que o turismo seja viável é extremamente importante verificar se a cidade dispõe de recursos adequados como transporte, hospedagem, alimentação,

¹ conjunto de atividades econômicas, articuladas entre si, para atender às necessidades de transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento e lazer dos viajantes (OMT, 1999).

e mão-de-obra suficientes para promover o desenvolvimento econômico do turismo na Cidade.

2.2. EVENTO TURÍSTICO

Existe uma diferença significativa entre o turismo tradicional e o de eventos², pois enquanto o primeiro necessita de condições naturais específicas, sendo mais acentuado nos períodos de férias e nos feriados prolongados, o segundo, por si só, tem capacidade de atração constante em qualquer época, independente da beleza natural do local aonde acontece.

O evento como atividade econômica gera benefícios para as empresas patrocinadoras, para a cidade promotora do evento, para o comércio local, para restaurantes e hotéis e para a comunidade, pois quanto maior o conhecimento do mercado, dos vários tipos de eventos para captação de eventos é necessário um perfeito entrosamento entre os agentes promotores, os econômicos e os sociais a fim de buscar um melhor resultado financeiro para o evento.

Convém salientar que qualquer evento que reúna clientela de diferentes localidades, cria oportunidades de viagens na medida em que as pessoas se deslocam para participar de um congresso, exposição ou campeonatos esportivos, por exemplo, geralmente aproveitam a ocasião para passeios e compras, o que favorece a utilização mais ampla dos bens, atrativos e serviços da cidade. Esta

² O turismo praticado por quem deseja participar de acontecimentos com o objetivo de discutir assuntos de interesse comum ou lançar novos produtos no mercado. (OLIVEIRA, 2001, p.64)

utilização aumenta o consumo e o lucro no período, particularmente no de baixa estação, e estabiliza o faturamento, equilibrando o mercado turístico.

No entanto, em áreas onde já existem grandes fluxos turísticos em determinados períodos deve-se evitar planejar a realização de um evento enquanto os índices de ocupação da indústria turística estiverem trabalhando com níveis satisfatórios, pois para se manter o mercado turístico harmônico é necessário estratégias que evitem concorrências indesejáveis. Para isso, tanto o empreendedor quanto a empresa organizadora devem buscar apoio de um banco de dados, um centro de captação de eventos e um calendário turístico.³

Para o planejamento de qualquer evento, é importante ter o conhecimento de três fatores que se inter-relacionam e produzem um efeito catalisador.

- o próprio turismo de eventos que, por ser planejado e divulgado com grande antecedência, permite a realização de promoções de descontos especiais em viagens, hospedagens, entre outros antes, durante e após o evento;
- o comércio realizado antes e durante o evento, caracterizado pela realização de promoções, brindes, sorteio, cuponagem e venda de ingresso antecipada, assim como venda de produtos com a marca do mesmo; e

³ ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de eventos*. 2. ed.ver. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

- a existência de entretenimento paralelo, o qual todo evento deve incluir entre suas atividades tais como bailes, rodeios, passeatas, parque de diversões, entre outras.⁴

Por serem inter-relacionados, o aumento de um desses fatores gera um aumento no outro, que por sua vez aumentará o volume de ofertas do terceiro, agregando um valor econômico no resultado final do evento.

Isso posto, é importante salientar que, para que se tenha condições de sediar eventos esportivos nacionais e internacionais ou sediar eventos de grande porte que movimentem a economia e melhorem a imagem do local e do país, é necessário ter vontade política dos representantes envolvidos, estratégias bem definidas, planejamentos adequados, investimento amplo em infra-estrutura e, principalmente, um bom plano de marketing.

2.3. TURISMO DESPORTIVO

O turismo de evento e o desportivo possuem características semelhantes, das quais destacam-se: a necessidade de uma infra-estrutura compatível e a existência de patrocinadores. São diferenciados exclusivamente por quem os pratica, pois, enquanto no primeiro os participantes são restritos e selecionados para o fim a que se destina o evento criado, no segundo, vão os praticantes e os assistentes dos eventos desportivos cujo público é extremamente heterogêneo.

O turismo desportivo movimenta a economia local não só com a presença dos atletas e do público, mas também na preparação de uma infra-estrutura

⁴ ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de eventos*. 2. ed.ver. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

adequada para realização do evento como as obras nos estádios, estradas, terminais, alojamentos, segurança, hotéis, restaurantes, serviços, mão-de-obra e comunicação. (segundo Oliveira (2001, p.68)

Oliveira nos diz que o turismo desportivo é aquele praticado por pessoas que vão participar ou assistir eventos desportivos. Sua viabilidade depende exclusivamente do público, em geral, prestigiar o evento desportivo.

No Brasil, inúmeros eventos desportivos, economicamente viáveis, têm sido realizados, em virtude do surgimento de atletas de renome nas diversas modalidades esportivas, fruto de um trabalho de base realizado no país, agregado ao apoio prestado por empresários que visualizaram grande perspectiva em maximizar seus lucros. Como conseqüência, a mídia vem dando destaque ao esporte de maneira geral, o que enseja um afluxo de público considerável às competições, caracterizando o turismo desportivo.

Com a grande evolução dos meios de comunicação e seu papel de formador de opinião, reconhecido e desempenhado no mundo contemporâneo, o esporte passou a ocupar espaço considerável na mídia, atraindo grande quantidade de público, tornando rentável os eventos esportivos.

Diversos são os exemplos de turismo desportivo encontrados na atualidade, dos quais destacam-se os Jogos Olímpicos por serem uma competição esportiva na qual são disputadas o maior número de modalidades reunidas num mesmo evento, aliada à presença dos melhores atletas do mundo. Pela gama de modalidades disputadas e pelo nível de seus competidores, nenhuma outra competição no mundo atrai tanta atenção do público quanto as Olimpíadas.

Cobiçados, porque aquecem o turismo e concentram a atenção mundial, os eventos esportivos deixam um saldo tão positivo que até países fora do eixo

turístico, pela sua localização geográfica, se beneficiam. A Austrália é um exemplo. Depois dos Jogos de Sydney, em 2000, o país conseguiu 1,6 milhões de turistas a mais e pretende chegar a 10 milhões de turistas por ano em 2008. Os australianos calculam que, se tivessem de gastar em publicidade e promoção na mídia para obter o mesmo resultado, teriam de desembolsar US\$ 4 bilhões.⁵

Atualmente, inúmeros países, são candidatos para sediar os Jogos Olímpicos, mas a escolha do local envolve o momento político e econômico vivido em um país de tal sorte que o evento continue a ser rentável, envolva o maior número de países participantes e atraia os maiores adeptos do esporte do mundo.

Outro mega-evento desportivo que merece destaque são os Jogos Pan-americanos que são organizados com competições atléticas semelhantes às olimpíadas. Os jogos são patrocinados por 29 nações das Américas e realizadas, um ano antes dos Jogos Olímpicos, de quatro em quatro anos, sendo o último em Santo Domingo e o próximo, em 2007, na cidade do Rio de Janeiro.

A escolha da cidade do Rio de Janeiro para sediar os Jogos Pan-Americanos de 2007 trouxe a expectativa da obtenção de muitas vantagens. Segundo Nuzman,⁶ presidente do Comitê Olímpico Brasileiro, o Rio investirá cerca de US\$ 135 milhões na construção de novas instalações esportivas, na modernização de espaços já existentes e na implementação de tecnologia de suporte ao evento. A parte operacional (logística, transporte, hospedagem, cerimônias oficiais etc.) ficará em US\$ 90 milhões e o atendimento aos visitantes (imprensa, público, delegações, federações internacionais etc.), em US\$ 75 milhões. Em contrapartida, projeta-se um retorno financeiro de aproximadamente US\$ 1 bilhão para a cidade.

⁵ BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo. Eventos esportivos internacionais diretrizes para captação - Brasília, 2002

⁶ Carlos Arthur Nuzman.

Para o país, até 2006, estima-se que nove milhões de turistas visitarão o Brasil anualmente, o que significará o dobro do fluxo que ingressou no país nos últimos três anos. Estimativas do Ministério do Turismo, prevêem a entrada de US\$ 8 bilhões nos próximos quatro anos e a ascensão do turismo ao ranking de exportações brasileiras ao lado da soja, aço e automóveis.

O esporte, na contemporaneidade, tem assumido um papel de relevo por vários motivos, dos quais destacam-se os seguintes: esporte é sinônimo de saúde; a população, de maneira geral, assiste as variadas competições; a aceitação do esporte não distingue posição social, idade, religião, raça ou sexo. Como existem espectadores potenciais, a mídia tem interesse na divulgação de competições esportivas. Se existe divulgação, existe interesse de empresários em investir no esporte objetivando promover seus produtos. Em consequência, é notório o crescimento do turismo desportivo.

2.4. TURISMO DE AVENTURA

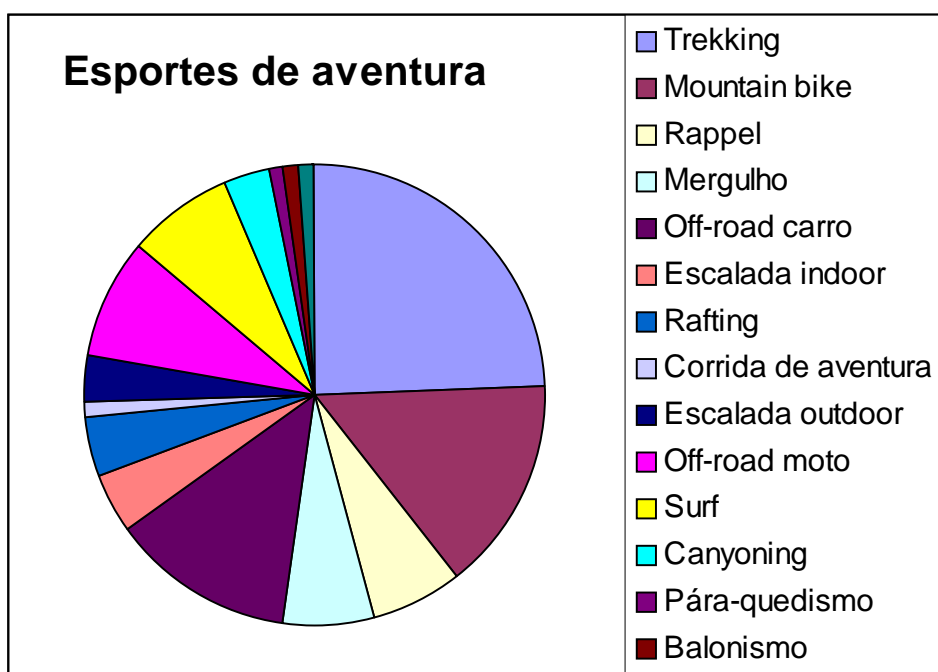
Segundo a Embratur o turismo de aventura é aquele que: “promove a prática de atividades de aventura e esporte recreacional, em ambientes naturais e espaços urbanos ao ar livre, que envolvam emoções e riscos controlados, exigindo o uso de técnicas e equipamentos específicos, a adoção de procedimentos para garantir a segurança pessoal e de terceiros e o respeito ao patrimônio ambiental e sócio-cultural.” (EMBRATUR, 2003)

O Brasil, rico em belezas naturais, apresenta diversas opções para a prática do turismo de aventura, como trilhas em parques nacionais, descida de corredeiras em botes (rafting), canoagem, rapel, vôos de asa-delta, montanhismo, mergulho, camping, cachoeiras, praias paradisíacas e grutas são apenas alguns exemplos do que se pode desfrutar em contato com a natureza no País. Procuradas por

peessoas aventureiras, que buscam emoções que propiciem altas descargas de adrenalina no organismo.

De acordo com a pesquisa realizada pelo *Instituto de pesquisa Qualibest* e divulgada na internet, pode-se identificar, no gráfico abaixo, algumas modalidades de esportes de aventura que atraem adeptos em todo mundo.

Gráfico 1



Fonte: Instituto de pesquisa Qualibest

Com a constante preocupação dos organismos internacionais com o meio ambiente, a busca de uma maior integração do homem com a natureza, o incremento do espírito aventureiro inerente ao homem, aliado à procura por esportes e aventuras saudáveis, o segmento vem apresentando um crescimento significativo que delinea uma curva ascendente e abre oportunidades de investimentos para quem dispõe de ambientes e infra-estruturas adequadas para o seu desenvolvimento.

3. TURISMO NO DF

3.1. TURISMO EM BRASÍLIA

Por ser o centro das decisões políticas do país, Brasília recebe um constante afluxo de pessoas vindas de todos os Estados brasileiros e de outros países, conta com um moderno aeroporto internacional, considerado o terceiro lugar em embarque e desembarque pelo qual chegam representantes de estado, governadores, senadores, autoridades e diversas personalidades que vêm à Capital Federal a negócio ou passeio.

A cidade é um destino turístico internacional emergente. O fluxo turístico é de apenas 36.000 turistas internacionais, o que representa apenas 6% dos 3,5 milhões de visitantes anuais estrangeiros que chegam no Brasil, segundo o PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO DISTRITO FEDERAL (1999). Este pequeno percentual se deve a vários fatores, como:

- Ausência de vôos internacionais;
- Inexistência de marketing da cidade como destino turístico em nível internacional;
- Falta de inclusão da cidade em roteiros turísticos.

Por outro lado no contexto do turismo doméstico, pessoas que viajam dentro de seu próprio País, a cidade possui algumas características favoráveis ao desenvolvimento do turismo:

- detém o terceiro lugar em movimento de embarque e desembarque entre aeroportos do País;
- situa-se no epicentro geodésico do território brasileiro, sendo acessível por automóvel, por 45% da população total do País;

- a maior parte da população de Brasília provém de outros estados, recebendo grande número de visitantes, amigos e familiares, que todos os anos deixam seus estados de origem com destino à capital;
- Brasília é Patrimônio Cultural da Humanidade pelo seu projeto urbanístico arrojado e futurista e por sua arquitetura monumental, destacando-se para o turismo cívico e cultural.⁷

O quadro a seguir mostra alguns dos principais pontos turísticos visitados no DF e entorno (Fonte: Pesquisa - Perfil do Turista 2001):

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| - Catedral | - Cidades Satélites / Entorno |
| - Esplanada dos ministérios | - Orla do Lago Paranoá |
| - Praça dos Três poderes | - Museu Nacional de Gemas |
| - Feira de Artesanato e Torre de TV | - Zoológico |
| - Parque da Cidade | - Água Mineral / Parque Nacional |
| - Memorial JK | - Catetinho |
| - Palácio da Alvorada | - Jardim Botânico |
| - Gilberto Salomão | - Ermida Dom Bosco |
| - LBV | - Cachoeiras |
| - Feira dos Importados | |

Numa pequena análise, identifica-se um potencial de mercado turístico sub-utilizado, o que, se for posta em prática uma estratégia que vise preencher este espaço ocioso, Brasília tenderá a ser um destino turístico nacional e internacional.

A dinamização do turismo em Brasília, voltado à inserção nacional e internacional, exige que o produto turístico Brasília seja planejado e trabalhado.

⁷ Fonte: PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO DISTRITO FEDERAL (1999),

Para tanto, a oferta turística necessita de fortes investimentos e sólidas iniciativas de promoção para o seu desenvolvimento.

Com base nas análises feitas pelo SEBRAE/DF, verifica-se que a cadeia produtiva do Distrito Federal está procurando organizar-se para crescer e permitir a expansão do turismo na região. Podem ser apontadas as seguintes características estratégicas da cadeia produtiva do turismo no DF.

Pontos fortes:

- Mercado local com elevado poder aquisitivo.
- Atratividade da Capital Federal para o turismo cívico e de negócio.
- Privilegiada localização geográfica, posicionando-se na rota de vôos para as regiões Norte e Nordeste.
- Razoável rede hoteleira, recentemente ampliada e relativamente ociosa nos finais de semana, permitindo a implementação de pacotes turísticos.
- Aeroporto com boa infra-estrutura, atendido pelas principais linhas aéreas.
- Bons índices financeiros da cadeia produtiva.
- Boa capacidade de investimento dos empresários locais.
- Possibilidade de exploração de sítio de ecoturismo relativamente próximos ao DF.

Pontos Fracos:

- Falta de programa consolidado em prol do turismo no DF, indicando a ausência de um planejamento estratégico setorial.
- Baixa qualificação da força de trabalho.
- Falta de mão-de-obra com perfil necessário.
- Deficiências gerenciais.
- Baixa integração entre as empresas da cadeia produtiva.
- Falta de visão sistêmica e de integração dos órgãos e entidade de apoio com as empresa da cadeia produtiva.
- Falhas na estrutura de fornecimento, requerendo maior integração dos fornecedores com as empresas da cadeia produtiva.
- Baixo fluxo de turistas, apesar de possuir o terceiro aeroporto com maior número de desembarques do país.
- Altos índices de rotatividade de pessoal.
- Falta de marketing para DF.
- Falta de pacotes integrados de turismo, unindo turismo de negócios, ecoturismo ou outros tipos.
- Sistema de informações de mercado praticamente inexistentes.

Ameaças:

- Perda do mercado regional e dos investimentos para cadeias mais organizadas.
- Perda da oportunidade de recepcionar grandes eventos nacionais e internacionais.

- Atração de turistas por outros Estados que possuam diferenciação estratégica para o segmento.

- Falta de um centro de convenções apropriado para a realização de eventos.

Oportunidades:

- Incentivo às ações de desenvolvimento do turismo cívico na Capital Federal.

- Elaboração de pacotes integrados entre turismo de negócios e ecoturismo para que a capacidade ociosa do final de semana possa ser absorvida.

- Fortalecimento do turismo de eventos.

- Desenvolvimento do turismo ecológico no DF.

- Fortalecimento da infra-estrutura básica e dos serviços de apoio.

- Desenvolvimento do mercado para convenções.

- Incorporação de novas tecnologias.

- Criação do turismo local com valor agregado.

- Capacitação profissional visando ao aprimoramento da administração dos hotéis e a melhoria dos serviços prestados.

Formação de parcerias para:

- O estabelecimento de centrais de compra;
- Integração entre as empresas, aumentando a eficiência da cadeia produtiva;
- Qualidade da mão-de-obra;
- Qualidade do corpo gerencial;
- Desenvolvimento de produtos turísticos mais efetivos;
- Incremento de um trabalho de marketing voltado para todo o segmento.

Contudo pode-se afirmar que o turismo no Distrito Federal e na região do entorno tem enorme potencial para se tornar em menos de uma década, um dos setores com maior capacidade para geração de emprego e renda.

3.2. ATRATIVOS NATURAIS E ARTIFICIAIS EM BRASÍLIA

Brasília é a única cidade no mundo construída no século XX considerada como Patrimônio Cultural da Humanidade. É pólo de atração turística pela

arquitetura arrojada e moderna e pelo centro de decisões políticas que representa, recebendo, atualmente, 900.000 turistas por ano.⁸

O Distrito Federal abriga, além de paisagens naturais, atrativos e serviços turísticos, outras formas de entretenimento capazes de responder aos anseios dos mais variados turistas estrangeiros ou nacionais.

Além dos principais pontos turísticos mais visitados, a cidade conta com cerca de 46 áreas destinadas a parques ecológicos. O Governo do Distrito Federal criou a Comissão Permanente de Parques Ecológicos – COMPARQUES com objetivo de implementar e incrementar a infra-estrutura necessária nas áreas ecológicas, além de legalizá-las.

No que tange ao entorno, região periférica do DF, aonde localizam-se atrativos naturais adequados para o turismo de aventura, não existe infra-estrutura compatível para acolher elevado número de turistas, o que possibilita ao DF incrementar estratégias para o desenvolvimento do turismo de aventura no entorno pois, os adeptos deste tipo de turismo deverão fixar suas bases no DF, divulgando e movimentando a estrutura turística da Capital Federal.

Dentre as principais atrativos naturais da região destacam-se:

- **Salto do Itiquira** - Com 176m de altura, é a maior queda livre acessível do País. Depois do salto, o rio forma uma sequência de cacheyras, corredeiras e poços, num terreno acidentado coberto por uma densa

⁸ Perfil Competitivo do Distrito Federal. Brasília: SENAI/DN/SEBRAE/DF, 2002/2003.

mata. Possui várias nascentes de água mineral e uma bem montada infra-estrutura para receber visitantes.

- **Cristalina** - Nasceu do nome de São Sebastião dos Cristais, uma referência às grandes jazidas de cristal de rocha encontradas pelos bandeirantes no século XVIII. Possui solo rico em cristais, cuja venda é uma das principais ocupações do comércio local, e vários rios que formam cachoeiras e piscinas naturais, como a Cachoeira do Arrojado e Topázio. Outros pontos turísticos são a Pedra do Chapéu do Sol; a Pedra dos Amores; a Igreja de São Sebastião; o museu da Cidade.

- **Gruta de Tamboril** – Possui sete salões ornamentados por estalactites e estalagmites e um lago de águas claras que se forma na época das chuvas. Seu interior profundo só pode ser alcançado com o auxílio de cordas. Fica na Fazenda Tamboril, propriedade particular.

- **Salto do Corumbá** – O Rio Corumbá despenca de uma muralha de pedra de 50m de altura, formando uma grande piscina, cascatas, duchas e poços de águas claras com pequenas praias de areias brças.

- **Parque Nacional Chapada dos Veadeiros** – Toda a magia do Brasil Central está na Chapada. São 66 mil hectares de campos, trilhas que levam a cachoeiras gigantescas, pedras vulcânicas, canyons e rios. Supervisionado pelo IBAMA, o Parque é um ponto ecológico de grande importância e muito procurado por turistas.

- **Cachoeira do Arrojado** – É uma cachoeira em semicírculo, com 10 m de altura e 50 m de comprimento, formada pelo Ribeirão do Arrojado. Fica em propriedade particular.

- **Lagoa Formosa** – Suas águas límpidas são renovadas por lençóis subterrâneos. Fica entre duas elevações e possui cerca de 18 km de extensão, 500 m de largura e profundidade média de 10 m. Suas margens formam pequenas praias, apropriadas para banho e também para esportes náuticos.

- **Serra dos Topázios** – Reserva Particular do Patrimônio Nacional, é considerada um paraíso energético na região dos cristais. São 500 hectares de cerrado nativo, pássaros e vinte cachoeiras de águas cristalinas.

- **Pirenópolis** - Fundada por bandeirantes aos pés da Serra dos Pirineus (antigo garimpo), no início do séc.XVIII, durante o ciclo do ouro, a principal atividade econômica da região por um século, hoje, sua principal economia são as famosas pedras de Pirenópolis. constitui-se hoje, num dos maiores acervos patrimoniais do Centro-Oeste e foi tombada pelo Patrimônio Histórico Nacional em 1988. Mais de 100 cachoeiras a serem visitadas e festas populares fazem parte de suas principais atrações.

Contudo Brasília sofre com a enorme falta de uma política específica e sem foco estratégico para competir com os principais destinos turísticos, que têm mecanismos permanentes para atrair turistas.

3.3. INFRA-ESTRUTURA EXISTENTE EM BRASÍLIA

A representatividade nacional e internacional de Brasília, como centro de poder nacional, é suportada por uma infra-estrutura adequada, consolidada e em processo de expansão. Surgiu como um verdadeiro laboratório, não só para a prática de experimentos urbanísticos modernistas, mas também como espaço

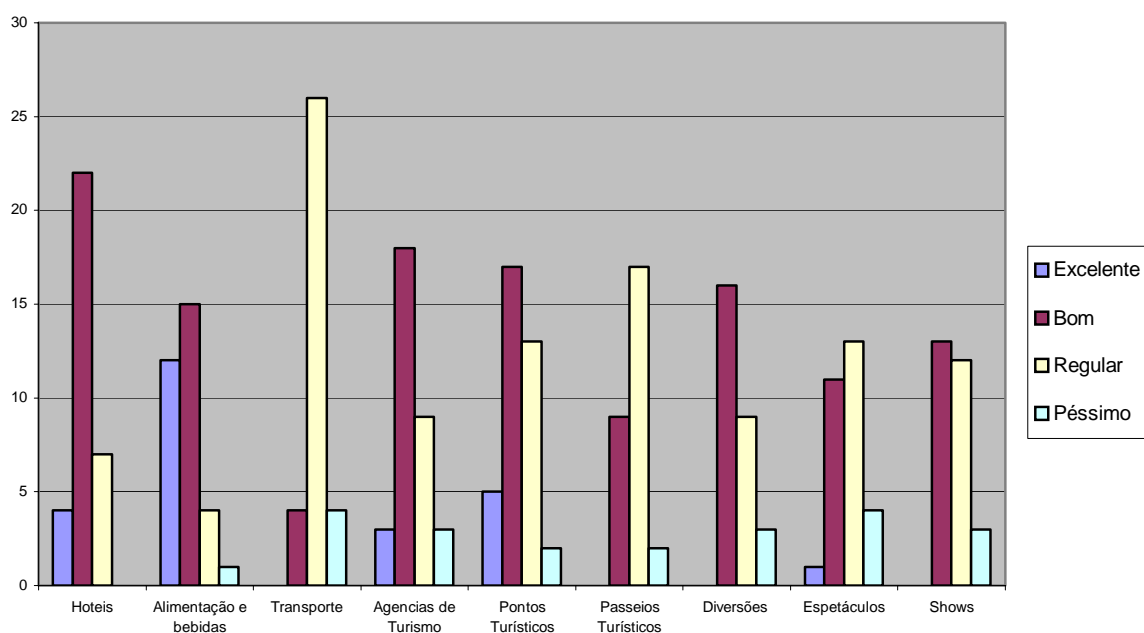
privilegiado nos campos da educação, saúde, agricultura e cultura, modelo de demonstração da potencialidade brasileira.

Para se verificar a qualidade dos serviços prestados em Brasília foi realizada uma pesquisa com alunos, professores e funcionários do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília – CET e alunos de Graduação Universidade de Brasília.

O tipo de pesquisa desenvolvida foi a Documentação Direta, por intermédio de Pesquisa de Campo mediante aplicação de questionário, o qual reúne dados significativos que delineiam um quadro de Brasília e possibilitam fundamentar estudos ou planejamentos sobre o turismo no DF.

Este método de pesquisa apresenta algumas vantagens tais como: o preenchimento feito diretamente pelo entrevistador, contato pessoal para orientar e esclarecer dúvidas, flexibilidade e uma obtenção de dados mais complexos. O fator limitante do tempo foi decisivo para a escolha do instrumento que conta com garantias maiores de resposta a curto prazo.

De acordo com a pesquisa realizada, constata-se, como pode ser observado no gráfico a seguir, que Brasília conta com serviços considerados bons, com destaque para a rede de hotéis e o serviço gastronômico. Em contrapartida, foi considerado deficiente o serviço de transporte.

Gráfico 2

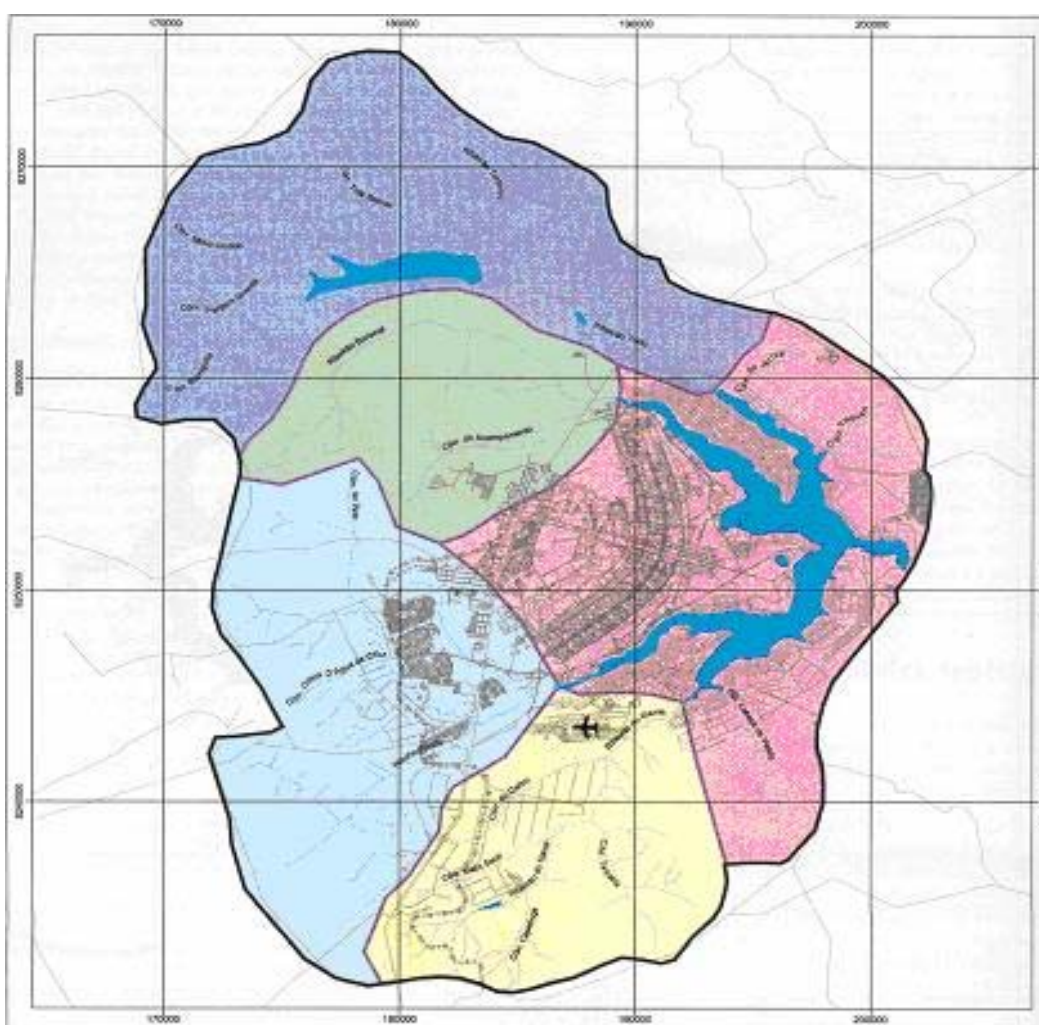
Brasília conta ainda um lago característico que, além de sua beleza natural, possibilita a execução de esportes aquáticos como remo, canoagem, esportes com vela, dentre outros.

3.3.1. LAGO PARANOÁ








Construído artificialmente em 1959, um ano antes da fundação da nova capital, a partir do represamento da cota 1000 das águas do Rio Paranoá, o Lago, idealizado por Lúcio Costa, tem como objetivos principais o paisagismo, a recreação, a prática de esportes aquáticos, o criadouro de peixes, a recepção de efluentes de esgotos e águas pluviais, a geração de energia elétrica com a produção de 27 mil Kw, e melhoria do microclima que, em certos períodos do ano, é extremamente seco.








O seu sistema hidrográfico pertence à Bacia do Paraná, sendo alimentado pelo Rio Paraná e 21 córregos, tendo como principais tributários: ao sul, o Riacho Fundo, Ribeirão do Gama e o Córrego Cabeça do Veado e, ao norte, o Córrego Bananal e o Ribeirão do Torto, todos perenes; além de uma zona central. A Zona Central pode ser subdividida em Zona Central Sul, Zona Central Norte e Zona da Barragem.

A água do lago é enquadrada na Classe 2 – águas destinadas à recreação de contato primário (Portaria CONAMA nº 13, de 15 de janeiro de 1976).



Fonte: Olhares sobre o Lago Paranoá, 2001.

| | | |
|---|---|----------------|
|  | Bacia do Lago Paranoá (Bacias de 5ª ordem) – Área (Km ²) | 1034,07 |
|  | Unidades Hidrográficas (Bacias de 7ª ordem) – Área (Km ²) | |
|  | Santa Maria / Torto | 244,19 |
|  | Bananal | 129,60 |
|  | Riacho Fundo | 228,32 |
|  | Gama | 149,36 |
|  | Lago Paranoá | 282,60 |
| | TOTAL | 1034,07 |

| | |
|--|--|
|  | Lago Paranoá - 37,50 Km ² |
|  | Limite da área de estudo - 1034,07 Km ² |
|  | Lagoas e reservatórios |
|  | Hidrografia |
|  | Áreas urbanas e rodovias |
|  | Ferrovia - R.F.F.S.A. |
|  | Aeroporto |
| Obs: estão representadas apenas algumas manchas urbanas para fins orientativos | |

Na margem oeste, mais próxima do Plano Piloto, predominam as atividades de recreação, destacando-se as instalações dos clubes e hotéis, bem como as residências oficiais do Presidente e Vice-Presidente da república; áreas pertencentes a Universidade de Brasília; Museu de Arte de Brasília e Concha Acústica; Estação de tratamento de lixo e duas Estações de Tratamento de Esgotos – ETE's pertencentes à CAESB, uma em cada asa.

Na margem leste predominam as residências. Destacam-se aí a Ermida Dom Bosco e áreas adjacentes, tombadas como patrimônio do DF; a barragem do Paranoá e áreas de preservação ambiental do Riacho Fundo e do Paranoá Sul.

Entretanto a CAESB tem procurado manter em condições adequadas a maior parte do lago, exercendo um monitoramento sistemático, pois a boa qualidade da água é de fundamental importância para a prática de atividades náuticas, de lazer e recreação.

4. CANOAGEM

4.1. CONCEITOS

O termo canoagem serve para designar o esporte praticado em canoas⁹, caiaques¹⁰ e wave-skis¹¹, indistintamente, em mar, rio, lago, águas calmas ou agitadas.

Segundo a Confederação Brasileira de Canoagem esta modalidade adquiriu o seu espírito de nobreza quando participou dos famosos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, mantendo-se no cenário olímpico, desde então, na disciplina Velocidade.

Nos Jogos Olímpicos de Munique, em 1972, a modalidade "Slalom" (águas brancas) apareceu como esporte de demonstração, tornando-se uma modalidade olímpica, vinte anos depois nos Jogos Olímpicos de Barcelona e nos Jogos de Atlanta.

4.2. PRINCIPAIS MODALIDADES

Existem varias modalidades de canoagem segundo a confederação Brasileira de canoagem dentre as quais destacam-se:

⁹ Embarcação aberta ou fechada, originária dos índios canadenses, no qual se usa um remo de uma só pá. O(s) remador(es) pode(m) estar sentado(s) ou ajoelhado(s).

¹⁰ Embarcação fechada, com origem entre os esquimós, no qual se usa um remo de duas pás e o(s) remador(es) senta(m) na cabine. Os caiaques são os que mais se popularizaram no Brasil.

¹¹ Embarcação aberta, semelhante a uma prancha de surf onde se usa um remo de duas pás. O remador está sentado e usa o wave-ski, essencialmente para o surf.

a. Canoagem Velocidade.

É uma modalidade essencialmente de competição, presente nos Jogos Olímpicos desde 1936, em Berlim, e praticada em rios ou lagos de águas calmas com 9 raias demarcadas nas distâncias de 1.000, 500 e 200 metros.

b. Canoagem Slalom.

O Slalom é praticado em rios com corredeiras, num percurso que varia entre 250 e 400 metros. Através de arames suspensos são penduradas até 25 portas que devem ser ultrapassadas na seqüência numérica e no sentido, a favor e contra a correnteza.

c. Canoagem Adaptada.

A canoagem adaptada é uma modalidade de praticada por pessoas portadoras de necessidades especiais (deficiência física, auditiva, mental e visual), que buscam realizar atividades de lazer, recreação e competição.

d. Canoagem Descida

A Canoagem de descida serve para demonstrar o controle do competidor sobre seu barco em águas rápidas (corredeiras) enquanto percorre uma pista pré-definida no menor tempo possível.

e. Canoagem Maratona

Nas competições de maratona o competidor percorre uma distância longa designada sem padrões prescritos. Ele deve andar pela água assim como a encontrar e estar preparado para, se necessário, carregar sua embarcação por um obstáculo intransponível.

f. Canoagem Oceânica

O objetivo das provas de canoagem Oceânica é percorrer, num percurso previamente definido em carta náutica, em águas marinhas, no menor tempo possível.

O percurso deve ser em águas marinhas, completamente navegáveis em distância superior a 10 km, em quantas etapas definir o Comitê de Competição.

g. Canoagem Onda

No Brasil a canoagem onda se divide em duas classes: Caiaque Surfe e Waveski.

- *Classe Caiaque surfe* - é a tradicional canoagem em onda, onde o atleta surfa dentro de um caiaque especialmente desenvolvido para isso.
- *Classe Waveski* - temos uma prancha shepada sob medida para cada atleta (como no surfe).

h. Caiaque Pólo.

É uma modalidade na qual dois times com cinco canoístas em cada time competem numa piscina de 30 x 20 metros com objetivo de marcar gols no adversário.

i. Rafting.

Consiste em descer rios ou corredeiras em um bote de borracha. Também tem se tornado mais popular no País, que possui inúmeros locais próprios para a atividade.

A principal modalidade de canoagem é a de velocidade, modalidade olímpica na qual o Brasil não tem tradição, apesar de contar com inúmeros locais adequados que permitem a sua prática. Tal fato descortina uma excelente oportunidade para que o governo de Brasília desenvolva políticas e estratégias que venham a preencher este espaço vazio, ao mesmo tempo em que busque se tornar um pólo brasileiro de excelência irradiador desta modalidade.

4.3. EVENTOS DE CANOAGEM ESPORTIVA EM BRASÍLIA

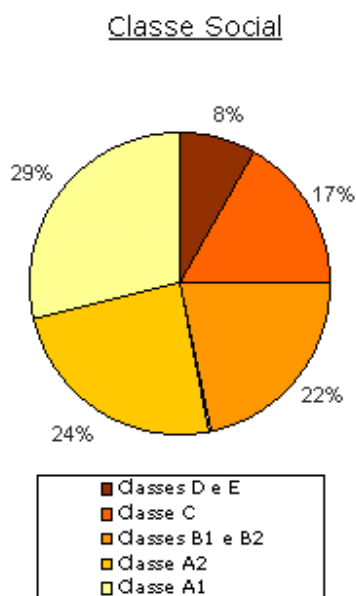
De acordo com a Federação Brasiliense de Canoagem, a cidade já tem realizado competições, tendo a última, o Campeonato Brasiliense de Canoagem na modalidade Velocidade, ocorrido no dia 19 de outubro deste ano, na cidade de Brasília e realizado com o apoio da Administração Regional do Lago Sul.

Além de competições na modalidade Velocidade, Brasília conta ainda com a realização de campeonatos do tipo caiaque pólo, aproveitando a gama de clubes na cidade que dispõem de infra-estrutura compatível para a prática desta modalidade. Além dos clubes, esta modalidade também pode ser praticada no Parque da Cidade.

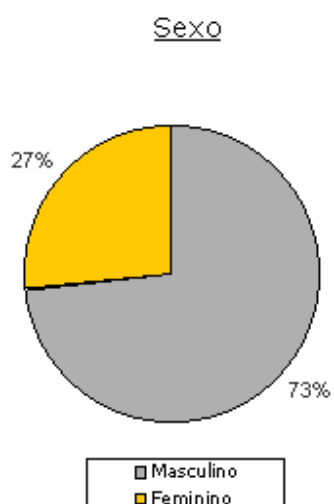
Apesar de toda a infra-estrutura existente na capital federal, poucas são as pessoas que praticam esta modalidade. Inúmeros são os aspectos identificados que podem explicar a falta de praticantes em Brasília, dos quais pode-se citar os três mais importantes: falta de divulgação do esporte; necessidade de aquisição de canoas/caiaques; os equipamentos para a prática do esporte necessitam de um alto custo de manutenção.

Do acima exposto, pode-se depreender que somente uma classe social com maior poder aquisitivo é que tem condições arcar com o ônus inerente a esse

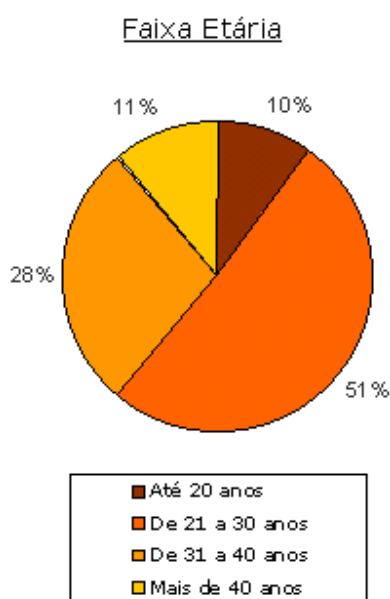
esporte. Tal assertiva é confirmada na pesquisa divulgada pelo *Instituto de pesquisa Qualibest*.



Outros aspectos foram identificados nesta mesma pesquisa que merecem destaque como a confirmação de que os homens ainda são maioria na procura de esportes mais aventureiros.



Também, identifica-se que os adeptos do esportes de aventura são pessoas que estão no auge da disposição física e que possuem a impulsividade do jovem. Em contrapartida, também identifica-se uma fatia considerável de pessoas mais maduras que buscam a parte saudável do esporte, ao mesmo tempo em que buscam o contato com a natureza.



4.4. A CANOAGEM COMO OPÇÃO TURÍSTICA

Do observado na pesquisa acima, pode-se inferir que Brasília é o local mais indicado do Brasil para ser desenvolvida a modalidade da canoagem, pois preenche perfeitas condições nos três aspectos preponderantes para a execução do esporte que são local adequado, pessoal praticante e aceitação do público.

No que tange ao local, o Lago Paranoá oferece perfeitas condições para a modalidade olímpica de canoagem Velocidade, existem vários clubes e o Parque da Cidade que oferecem condições adequadas para o caiaque pólo e, no entorno,

existem inúmeros locais para as modalidades de rafting e slalom.

Quanto ao pessoal praticante, é necessário desenvolver um trabalho objetivo para aumentar este efetivo, que, aparentemente, pode ser ampliado rapidamente, pois Brasília é uma das cidades brasileiras com maior renda per cápita, o que possibilita fazer face ao custo da prática deste esporte.

Quanto à aceitação da modalidade, tem-se verificado ultimamente que têm ocorrido competições esportivas envolvendo modalidades de aventura com grande aceitação de patrocinadores, mídia e público em geral, fato que, por analogia, investir em eventos desportivos envolvendo a modalidade de canoagem, também deverá ter grande aceitação de patrocinadores, mídia e público.

No entanto o desenvolvimento da canoagem como atividade econômica, proporcionará para Brasília uma série de benefícios para as empresas patrocinadoras, para o comércio local, para restaurantes e hotéis e para a comunidade local mediante a criação de novos postos de trabalho, pois permitiria a comercialização de equipamentos, insumos contribuindo para:

- divulgar o potencial turístico da Cidade;
- promover a confraternização entre os amantes do esporte;
- despertar e sensibilizar as autoridades Federais, Distritais e Estaduais, para a normatização e criação de leis específicas para o segmento do turismo de aventura;
- incentivar e estimular o desenvolvimento das atividades náuticas e eventos desportivos como campeonatos e torneios para o lago.

CONCLUSÃO

Do acima exposto, pôde-se constatar que o Distrito Federal, apesar de ter o terceiro aeroporto em movimento de passageiros do país, a Capital Federal não figura entre os dez locais nacionais mais visitados, o que indica a falta de preocupação dos governantes em adotarem políticas que incentivem a indústria turística.

O Distrito Federal não é o centro econômico do Brasil, mas é o centro do poder, ou seja, é aonde se decide o destino do país em todas as suas expressões do poder nacional – política, econômica, militar, psicossocial, científico-tecnológica. Esta característica confere à Brasília um atrativo natural para políticos, empresários, funcionários públicos, entre outros que buscam solucionar problemas ou mesmo ampliar sua área de atuação.

Paralelamente, o Distrito Federal e o entorno, além de possuírem infraestrutura compatível, abrigam atrativos naturais que, se fossem explorados e divulgados, certamente a indústria turística no DF teria uma participação significativa no destino turístico nacional.

O esporte, por ter uma grande aceitação por parcela significativa da população, encontra um apoio irrestrito da mídia, o que torna um grande atrativo para empresários patrocinarem eventos esportivos, o qual, com a injeção de recursos, eleva o nível dos competidores, que atraem mais espectadores, o que faz do evento um sucesso e movimenta a economia e gera divisas para o local.

Essa indústria esportiva vem crescendo no mundo com grande velocidade e já movimenta cerca de um trilhão de dólares por ano. No Brasil a indústria esportiva começou a ser explorada há pouco tempo, mas já vem se tornando um grande negócio para o país.

Do exposto, pode-se inferir que o caminho mais fácil para se desenvolver o turismo no DF inicia-se pela realização de eventos esportivos, com destaque para os náuticos a serem realizados no Lago Paranoá, pois Brasília reúne inúmeras condicionantes que lhe permitem e facilitam a execução de tais atividades, tais como: infra-estrutura para diversas modalidades esportivas, transporte, hotelaria, indústria de entretenimento, segurança pública, atrativos naturais, entre outros, além de ter um clima ameno e um regime pluviométrico previsível.

Apesar de existirem todas essas facilidades, medidas efetivas devem ser adotadas para que essa capacidade ociosa seja preenchida, iniciando pela criação de um grupo de especialistas que tenham conhecimento e experiência no assunto que identifiquem modalidades esportivas adequadas, períodos compatíveis, parceiros eficazes, viabilizem a divulgação, entre outras, ou seja, realizem um planejamento estratégico detalhado e exeqüível de eventos esportivos que preencham os espaços existentes com grande possibilidade de sucesso.

Finalmente, para que essas medidas sejam efetivadas, é necessário que exista, antes de mais nada, vontade política de seus dirigentes, além de pessoas preparadas e competentes que desenvolvam estratégias voltadas para objetivos traçados pelos governantes e que obtenham parcerias que viabilizem eventos esportivos nacionais ou mesmo internacionais.

REFERÊNCIAS

- ACERENZA, Miguel Ángel. *Administração do Turismo*. Bauru, São Paulo, Edusc, 2002.
- ACKOFF, Russel . *Planejamento empresarial*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1976
- ANSARAH, Marília G. R. (Org.) - *Turismo: segmentação de mercado*. São Paulo: Editora Futura, 1999.
- ANSOFF, H. I. *Corporate strategy*. New York: McGraw Hill, 1965
- ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de eventos*. 2. ed.ver. Caxias do Sul: EDUCS, 2002. 227 p.
- BARRETO, Angeli Margarita. *Planejamento e organização em turismo / Margarita N. Barreto Angeli*. – Campinas, SP: Papyrus, 1991. – (Coleção Turismo)
- BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo. *Eventos esportivos internacionais diretrizes para captação* - Brasília, 2002
- BRITTO, Janaína e FONTES, Nena. *Estratégia para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- BUENO, Francisco da Silveira. *Dicionário Escolar da Língua Portuguesa*. 11^a ed. Rio de Janeiro: Fundação de Assistência ao Estudante, 1986.
- CONTURSI, Ernani Bevilaqua. *Marketing Esportivo*. Sprint Editora Ltda. - Rio de Janeiro – RJ - Junho/1996
- COOPER, Chris et al. *Tourism Principles and Practice*. Melbourne, Austrália: Longman, 1993.
- GETZ, D. *Festivals, Special events and Tourism*. Van Nostrand Reinhold: New York 1991.

HALL, C. M. *The Politics of Leisure: an analysis of spectacles and mega events*. In Leisure and Tourism: Social and Environmental Changes, Veal A, Johnson P, Cushman G (eds). World Leisure and Recreation Association. University of Technology: Sydney (1993).

HEMANN, Ademar & VIEIRA, Leociléa A. *A roupagem do texto científico: estruturas, citações e fontes bibliográficas*. Curitiba : Editora IBPEX, 1998.

HOLANDA, Nilson(1985). *Planejamento e elaboração de projetos*. Rio de Janeiro: MEC/Fename.

INTRODUÇÃO AO TURISMO - OMT. Direção e redação Amparo Sancho. Traduzido por Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing : análise, planejamento, implementação e controle*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998

MELO NETO, Francisco Paulo de. *Marketing de eventos*. 3 ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2001, capítulo 2.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. 3 ed. Ver. E ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

OLHARES SOBRE O LAGO PARANOÁ / organizado por Fernando Oliveira Fonseca, Brasília: Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos, 2001. 425 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. *Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais*. Publicação de Turismo e Ambiente, 1ª edição, 1998.

PERFIL COMPETITIVO DO DISTRITO FEDERAL. BRASÍLIA: SENAI/DN/SEBRAE/DF, 2002/2003. 260 p.: il.

PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO: Políticas, Estratégias e Programas. GDF/SETUR: 1999 – 2002.

PORTER, Michel E. *Estrategia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*/ Michel E. Porter; tradução Elizabethmaria de pinhobraga; revisão técnica Jorge A. Garcia Gomez - Rio de Janeiro: Campus, 1986.

SILVA, M., CAVALCANTI, C. G. S., CORDEIRO, A., CAMPELO, R. E., (1998): *Diagnóstico Simplificado da Situação do Lago Paranoá*. Grupo de Gerenciamento Costeiro do Lago Paranoá, 17 pp.

SYMPOSIUM ON THE LEGACY OF THE OLYMPIC GAMES 1984-2000, 1, 2002, Lausanne. Lausanne : Olympic Museum, 2002. 212 p.

TOVAR, Jordi R. I. – *Comercialização de produtos y serviços turísticos*. Madrid: Editorial Sínteses, 1995.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 1998.

SITES

<http://www.ibge.gov.br>

<http://www.tourinfonews.com.br>

<http://www.facha.edu.br/faccturismo/>

<http://www.olympic.org>

<http://www.sebrae.com.br>

<http://www.citybrazil.com.br/>

<http://www.embratur.gov.br/>

<http://www.arenasports.com.br>

<http://www.caesb.gov.br>

<http://www.bnb.gov.br>

ANEXO

QUESTIONÁRIO

Queremos conhecer melhor as preferências dos brasilienses sobre esportes e turismo. Para isso, gostaríamos de contar com a sua colaboração, respondendo o questionário abaixo.

1 – Identificação:

- Aluno 2º grau
 - Aluno Graduação
 - Aluno Pós-graduação
 - Treinador
 - Atleta
 - Outras profissões, especificar:
-

1.1 – Sexo?

- Masculino
- Feminino

2 – Identifique abaixo a sua faixa etária

- Até 18 anos
- De 18 até 30 anos
- De 30 até 49 anos
- De 50 até 65 anos
- Acima de 65 anos

3 – Você pratica esportes?

- Sim.
 Não

3.1 – Caso afirmativo, quais?

4 – Quais modalidades esportivas você gostaria de assistir em Brasília?

5 – Em quais modalidades esportivas você gostaria de competir em Brasília?

6 – Como você considera os serviços turísticos em Brasília?

- | | | | | |
|--|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hotéis | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Alimentação e Bebidas | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Transporte | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Agências de Turismo | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Pontos Turísticos | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Passeios Turísticos | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Diversões | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Espetáculos | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Shows | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |
| <input type="checkbox"/> Outros, especificar: _____ | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Bom | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Péssimo |

7 – Você acha que Brasília tem condições de sediar eventos esportivos?

- Sim
- Não

7.1- Caso negativo, por quê?

8 – Quais modalidades esportivas você acha que o DF tem condições de sediar?

9 – Outros comentários
