

Santanna Bahia, Cristiano de; Ávila, Marco Aurélio
LOS EVENTOS DEPORTIVOS Y EL DESARROLLO TURÍSTICO EN ILHÉUS - BAHIA - BRASIL
Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 20, núm. 1, 2011, pp. 171-189
Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos
Buenos Aires, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717677010>

LOS EVENTOS DEPORTIVOS Y EL DESARROLLO TURÍSTICO EN ILHÉUS – BAHIA - BRASIL

Cristiano de Santanna Bahia*

Marco Aurélio Ávila**

Universidad Estadual de Santa Cruz

Ilhéus – Bahia - Brasil

Resumen: Este artículo tiene como hilo conductor el estudio de la relación entre los eventos deportivos y el turismo. El objetivo fue analizar las posibilidades de desarrollo turístico de la ciudad de Ilhéus (Bahia) a través del turismo de eventos deportivos para verificar el nivel de satisfacción, caracterizar las visitas de los atletas, conocer la percepción de los actores sociales y apuntar las potencialidades y los límites para la promoción adecuada de los eventos deportivos en la ciudad. Se realizó una investigación exploratoria con abordaje cualitativo y cuantitativo. La muestra fue constituida por gestores de las empresas privadas que promueven eventos deportivos, secretarios de Deporte y Turismo, atletas y participantes de los eventos. Los eventos estudiados fueron: el XXV Concurso de Pesca, la 12^a Travesía Ilhéus – Pontal, y la I Carrera Temática Costa do Cacau. Los datos demostraron que no existe preocupación por parte del poder local para establecer una relación entre el deporte y el turismo, aprovechando los eventos deportivos para desarrollar el mismo. Los estudios destacaron la falta de una planificación articulada entre las secretarías de Deporte y Turismo, y la inexistencia de un calendario oficial que difunda los eventos deportivos. No obstante, se comprobó la viabilidad económica y social de los eventos, en relación a los efectos multiplicadores del turismo, como el aumento en el consumo de bienes y servicios; además de la posibilidad de minimizar los efectos de la estacionalidad turística.

PALABRAS CLAVE: desarrollo turístico, planificación, eventos deportivos, Ilhéus - Bahia.

Abstract: Sports Events and Tourism Development in Ilhéus -Bahia-Brazil. The thread of this paper is the study of the relationship between sports and tourism. The objective was to analyze the possibilities of tourism development in the city of Ilhéus, Bahia, through sport tourism in order to verify the level of satisfaction characterizing the visits of the athletes, to know the perception of the stakeholders about the paper of the sport tourism in the promotion of the local development, and to point the potentialities and limits for a proper promotion of sporting events. It was performed an exploratory research with a quali-quantitative approach and its theoretical framework was constructed based on a literature review of secondary sources such as books, thesis, dissertations and articles. The sample consisted of the managers of private companies that promote sport events, the Sport and Tourism Secretaries and the athletes and event participants. The events studied were: the XXV Match of Fishes, 12^a Passage Ilhéus - Pontal and the I Thematic Race Coast of the Cacao. The data showed there was no concern of the local power to establish a relation between sport and tourism in order to combine both secretariats work, taking advantage of sporting the events to make it grow. The studies

* Master en Cultura y Turismo por la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC-BA), Brasil. Se desempeña como profesor asistente de la Universidad Estadual de Santa Cruz, Bahia Brasil. Email:cristianosbahia@ig.com.br

** Doctor por el Programa de Turismo y Desarrollo Sostenible de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria – ULPGC, España. Se desempeña como profesor adjunto de la Universidad Estadual de Santa Cruz. E-mail: marco@ativanet.com.br

highlighted the lack of an official calendar of sporting events broadcast. However, it was found economic and social viability of sporting events in relation to the multiplier effects of the tourism, such as increased consumption of goods and services, plus the ability to minimize the effects of seasonal tourism.

KEY WORDS: tourist development, sports events, Ilhéus - Bahia.

INTRODUCCIÓN

El deporte, ya desde la antigua Grecia, poseía la capacidad de atraer personas en torno a un evento con el fin de competir o recrearse. En este contexto, se iniciaron las primeras relaciones entre el deporte, los eventos y los viajes.

Diversos países y ciudades utilizan al deporte como instrumento de desarrollo turístico, provocando la afluencia de personas a eventos deportivos -tal como sucede con la Copa del Mundo, las Olimpiadas u otros-, y pensando en las posibilidades de promoción del desarrollo por medio del turismo de eventos deportivos.

Este trabajo intentó estudiar los eventos deportivos de la ciudad de Ilhéus ante la necesidad de profundizar y conocer la relación entre el turismo y el deporte; con el fin de contribuir con datos científicos al desarrollo local, por medio del turismo de eventos deportivos. En función que los aportes teóricos relacionados con este artículo ya habían sido publicados anteriormente, serán priorizados los resultados y propuestas obtenidas en el estudio.

Ilhéus está localizada en la región turística denominada Costa do Cacau al sur de Bahia, considerada uno de los polos turísticos más importantes del estado. Históricamente la región y principalmente la ciudad de Ilhéus, siempre estuvo asociada al monocultivo del cacao. Como toda actividad económica posee un ciclo cuando la producción del cacao entró en crisis, afectó económica y socialmente a las ciudades productoras de este fruto. Así, surgió la actividad turística como alternativa para minimizar los problemas ocasionados por la crisis del cacao, pero sin una planificación de desarrollo sustentable de la región.

El turismo en la ciudad se caracteriza por el aprovechamiento de los atractivos y bellezas naturales, como playas, ríos y puntos turísticos, presentando cierta inconsistencia y una estacionalidad que impide su pleno desarrollo.

La ciudad de Ilhéus ya realizó diversos eventos deportivos en asociación con instituciones públicas y privadas: cinco etapas internacionales de la Copa Mundial de Triatlón (1993, 1994, 1995, 1996 y 1997), organizadas por la Confederación Brasileña de Triatlón y la municipalidad local; el Campeonato Brasileño de Triatlón, en 2006; cinco Travesías (maratón acuática) Pontal - Ilhéus, en

los años 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007, organizadas por la Confederación Brasileña de Deportes Acuáticos, la Federación Bahiana y la TV Santa Cruz; y seis etapas de los Juegos de la Mata Atlántica (competición organizada por la municipalidad con la participación de varios municipios bahianos y mineiros).

Según el Ministerio de Turismo, los eventos deportivos están incluidos en el Turismo de Deportes; o sea, cualquier manifestación del deporte que se desarrolle en determinada localidad, buscando sumar visitantes, será considerada como una actividad turística de deporte o de eventos deportivos (Brasil, 2008).

Se trata de un estudio de naturaleza exploratoria, que consistió en una aproximación al tema y sus conceptos, buscando reunir información básica sobre las posibilidades prácticas para la realización de la investigación (Schlüter, 2003). También se caracteriza por ser un estudio descriptivo, cualitativo y cuantitativo; cuyo objetivo general es analizar las posibilidades de desarrollo turístico de la ciudad de Ilhéus, a través del turismo de eventos deportivos, y su objetivo específico es conocer la percepción de los actores sociales sobre el papel de los eventos deportivos en la promoción del desarrollo turístico local. Participaron del estudio los gestores de empresas privadas que promueven eventos deportivos, los secretarios de Deporte y Turismo, y los atletas y participantes de los siguientes eventos: XXV Concurso de Pesca, 12^a Travesía Ilhéus – Pontal, y la I Carrera Temática Costa do Cacau.

Para analizar las posibilidades y los obstáculos para la creación de políticas de desarrollo turístico en Ilhéus a partir de los eventos deportivos y de los eventos culturales, considerando la perspectiva de los gestores, se utilizó una muestra no probabilística intencional. En la misma participaron el Secretario Municipal de Turismo, el Director Presidente de la Fundación Cultural, el Secretario Municipal de Deporte de Ilhéus, el Director del Club de Pesca de Ilhéus, el Coordinador de la Travesía Ilhéus - Pontal, y el Coordinador de la I Carrera Temática Costa do Cacau.

Para identificar la percepción de los atletas de los eventos deportivos, se utilizó una muestra por saturación, frente a la disponibilidad de los atletas durante la ejecución de los eventos.

El instrumento de investigación utilizado para conocer las acciones públicas y privadas dirigidas al desarrollo de la cultura y el turismo fue una entrevista semi-estructurada, con los gestores públicos y privados que llevan a cabo los eventos deportivos, el Secretario de Turismo y el Secretario de Deportes.

Para identificar el nivel de satisfacción y caracterizar la visita de los participantes de los eventos deportivos y de los eventos culturales, se aplicó una encuesta con 5 preguntas abiertas y 20 preguntas cerradas.

Para la recolección de los datos, se utilizó como estrategia inicial una investigación realizada a través de visitas a los organismos públicos y privados que trabajan con turismo, cultura, deporte y eventos, como ser secretarías municipales y empresas privadas. El primer contacto con los sujetos del estudio fue a través de la comunicación oral, luego se los contactó a través de la comunicación escrita, donde se especificaron los pasos de la investigación, inclusive el concepto de libre consentimiento.

Con los secretarios de Deporte y Turismo y los gestores de empresas privadas que promueven eventos deportivos, el contacto inicial (para concertar la visita) se realizó por vía telefónica y luego se explicó el concepto de libre consentimiento.

Los datos fueron analizados e interpretados en tres niveles: en el primero, llamado de interpretación, se verificaron las relaciones entre las variables existentes en la investigación; en el segundo, llamado de explicación, se trabajó sobre los fenómenos que ocurrieron en la recolección de datos; y en el último, llamado de especificación, el investigador explicitó hasta qué punto las relaciones entre las variables eran válidas, sus orígenes y sus limitaciones (Lakatos; Marconi, 2001).

EVENTO DEPORTIVO: XXV CONCURSO DE PESCA DA GABRIELA

El Concurso de Pesca de Ilhéus es un evento que realiza desde hace 25 años el Club de Pesca de Ilhéus (CLUPESIL). Fue fundado el 23 de mayo de 1975, por un grupo de pescadores amantes de la pesca, que realiza actividades de intercambio entre los pescadores locales y los de otros estados, propendiendo al desarrollo y la difusión del deporte (Jornal Foco Regional).

La pesca deportiva en Ilhéus se configura como el único evento deportivo que consiguió sobrevivir a las consecuencias políticas y económicas de la crisis del cacao en la región y, en especial, en la ciudad de Ilhéus. El evento se encuentra citado en el sitio Web de IBAMA – eventos de pesca, como uno de los acontecimientos más importantes del calendario deportivo de pesca brasileño, y es reconocido tanto por su organización como por el respeto a las leyes ambientales.

El caso específico del concurso de pesca, es un evento deportivo caracterizado como una actividad competitiva y apasionada entre personas o grupos, reconocida por la CPBS y por el Comité Olímpico Brasileño (COB), en el cual los participantes deben estar inscriptos, hay una entidad organizadora y se desarrolla con normas de competencia preestablecidas (Martos; Martos, 2005).

En el evento se observó la predominancia del género masculino (70%) sobre el femenino (30%), siendo 19 entrevistados de Espírito Santo y 1 de Alagoas. Existe intercambio entre los pescadores de Vitória en Espírito Santo y de Ilhéus, desde hace 20 años, comprobado por la participación de capixabas (nascidos en Espírito Santo) en el evento.

El turismo se beneficia por la capacidad de consumo ya que está directamente relacionada al capital humano de los visitantes. En la investigación se verificó que el 50% de los participantes poseía enseñanza superior completa, coincidente con el alto poder adquisitivo, el tipo de ocupación y el ingreso mensual declarado (35% empresarios, 5% autónomos, 15% empleados públicos, y 45% jubilados). En cuanto al ingreso, el 40% recibía un salario superior a R\$ 5.977,00 (1 Dólar = 2,28 Reais – R\$ en 14 de Noviembre de 2008) y el 35% poseía un ingreso medio de R\$ 1.868,50. En el estudio realizado por el FIPE en enero de 2009, en la ciudad de Ilhéus, los turistas entrevistados declararon un ingreso medio en torno a los R\$ 3.854,17, similar al ingreso medio de los entrevistados en este estudio (R\$ 3.922,75). Según los datos del IBAMA, existen cerca de 3 millones de pescadores deportivos en Brasil, y 200 mil de ellos están licenciados (Martos; Martos, 2005). Los atletas participantes de los eventos de pesca poseen características similares en cuanto al perfil socioeconómico, pues son personas con un alto poder adquisitivo y tiempo libre para el turismo y el ocio.

El turismo de eventos deportivos es un segmento que posee particularidades, como por ejemplo, el hecho que los atletas viajan acompañados por su familia, amigos y/o una comisión técnica. Hecho que se constató en la investigación, ya que el 30% de los atletas viajó con los amigos, el 40% viajó con la familia y el 30% viajó con la comisión técnica. De los 20 entrevistados, el 95% costeó su viaje con recursos propios y sólo el 5% lo hizo a través de clubes y asociaciones. El medio de transporte más usado para el desplazamiento de la ciudad de origen hacia Ilhéus fue el ómnibus de la delegación (75%), mientras que el 25% llegó a la ciudad en su propio vehículo.

Las ciudades promotoras de eventos deportivos incentivan el turismo durante la temporada baja cuando los precios del hospedaje, alimentación y transporte son mejores favoreciendo consecuentemente el comercio local (Martin, 2003).

Cerca del 80% de los atletas entrevistados se hospedó en hoteles y el 20% en posadas, demostrando un alto poder de compra, ya que generalmente los precios de los servicios prestados por un hotel son superiores a los de las posadas. En relación al tiempo de permanencia, el 85% permaneció en la ciudad entre 3 y 4 días, el 75% gastó hasta R\$ 250,00 por día y el 25% gastó más que eso; demostrando que los participantes del Concurso de Pesca poseen una gran capacidad de gasto en la ciudad. Por esa razón, es un evento que merece mayor atención del poder público y privado dada la generación de empleo e ingresos que produce debido a su efecto multiplicador.

La ciudad que realiza un evento deportivo debe estar bien preparada para recibir atletas-turistas y presentar condiciones positivas de receptividad, proporcionando al visitante momentos de tranquilidad y ocio. La población entrevistada eligió la hospitalidad como el punto más positivo del municipio. La hospitalidad presentada por los entrevistados se refiere a la solidaridad de los municipales en relación al acercamiento y a la intimidad ofrecidos al visitante (Camargo, 2005).

Cuando se piensa en turismo de eventos deportivos como desarrollo turístico de una región o municipio, es necesario conocer el nivel de satisfacción de los visitantes, ya que siendo difusores de la ciudad en otros lugares, provocan un posible aumento en el flujo de turistas. De los entrevistados, el 80% ya conocía la ciudad y el 20% aún no, mientras que el 85% volvería a la ciudad por otros motivos y el 15% no regresaría. La satisfacción del turista en cuanto a la ciudad y al evento puede ser un aspecto importante en la fidelización del atleta-turista en futuros eventos. En relación a la situación de la ciudad para la realización del evento de pesca, el 65% la calificó como muy buena; el 30%, buena; y el 5%, regular; comprobando el potencial que la ciudad de Ilhéus posee para el crecimiento del turismo de pesca.

El nivel de satisfacción del participante de un evento deportivo resulta una variable importante para analizar la viabilidad del mismo, pues demuestra su capacidad de sustentabilidad. De los participantes del Concurso de Pesca realizado en Ilhéus, el 65% dijo estar "muy satisfecho"; y el 35% restante, "satisfecho"; mostrando que el evento promovió la satisfacción de todos los participantes de la muestra. Dicha situación se debe a la historia del evento ya que es realizado en Ilhéus desde hace 25 años y forma parte del cronograma anual de la Confederación Brasileña de Pesca y Deportes Subacuáticos.

En relación a la programación paralela al evento deportivo de la pesca, más del 75% de los entrevistados se declaró satisfecho, en virtud de la programación planeada por los organizadores del evento y no de la capacidad de la ciudad para ofrecer atractivos.

Cuando sucede un evento deportivo, existen dos grupos distintos, uno que produce y comercializa el evento y otro que compra y consume. Así, es necesario que exista un eslabón que una a los dos grupos de forma rentable y sustentable (Fontes, 2003).

12^a TRAVESÍA ILHÉUS – PONTAL

La Travesía Ilhéus – Pontal es uno de los eventos deportivos más tradicionales de maratones acuáticas del estado de Bahia, promovido por la TV Santa Cruz, la Federación Bahiana de Deportes Acuáticos, la Radio FM Sul y la Municipalidad de Ilhéus. El mismo reúne, todos los años, cerca de 200 atletas de varios estados. Desde 2002 integra el calendario nacional del Campeonato Brasileño de Natación, pasándose a llamar Maratón *Golden* desde entonces y presenta varias categorías: masculina, femenina y discapacitados, de entre 15 y 70 años de edad.

En relación al grado de escolaridad, se percibió un público heterogéneo, donde el 50% de la muestra aún no había concluido la enseñanza media y el 25% tenía nivel superior. Los datos mostraron que el 50% era estudiante; y los demás participantes eran empleados públicos (16,66%), atletas profesionales (16,66%), militares (8,33%) y empresarios (8,33%). El nivel de ingreso de la

muestra respondió a diversos estratos, teniendo mayor concentración la franja entre R\$ 1.246,00 y R\$ 2.491,00 (33,33%).

En relación a los acompañantes de los atletas, se observó que el 50% viajó con amigos, el 33% con familia y el 17% solo. La visita de otras personas acompañando a los atletas durante los eventos deportivos provoca cambios en la estructura del evento y de la ciudad, en el sentido de pensar en acciones que proporcionen experiencias estimulantes para la familia y los amigos, a través de atractivos, potencializando el consumo de bienes y servicios.

El transporte más utilizado por los atletas para desplazarse hacia Ilhéus fue el ómnibus intermunicipal (58%), mientras que el 25% utilizó su propio vehículo y el 17% usó avión. En relación al costo del viaje de los entrevistados, los datos demostraron que el 41% viajó con recursos propios, al 42% la familia le costeó el viaje, y el 17% fue patrocinado por clubes y asociaciones.

El hospedaje más utilizado por los atletas de la Travesía Ilhéus - Pontal fue la posada (83%). En lo que respecta al Concurso de Pesca, el 80% de los participantes se hospedó en hoteles. Estos datos muestran la necesidad de articulación entre el sector público y el privado, a fin de crear medios de sustentabilidad económica para el sector, garantizando la calidad de los servicios con precios accesibles; sin olvidar la atención, esencial para la satisfacción del cliente (Dias, 2005).

Los datos recolectados revelaron que el 50% de los atletas permaneció en la ciudad de 1 a 2 días y los demás de 3 a 4 días. Cuanto mayor es el número de días que un turista permanece en la ciudad, mayor será el movimiento de los servicios y productos turísticos, permitiendo el crecimiento de la demanda de bienes locales y de ingresos económicos (OMT, 2001).

En relación al gasto diario de los entrevistados, el 83% de la muestra gastó por día, en promedio, R\$ 100,00. Teniendo en cuenta el número de días de permanencia, cada entrevistado gastó, en Ilhéus, cerca de R\$ 200,00 durante su visita a la ciudad.

Se percibió que el 50% consideró las bellezas naturales de la ciudad como puntos positivos y el 50% la cuestión de la hospitalidad de los municipios. Las bellezas naturales siempre aparecen destacadas en las ciudades donde se desarrolla el turismo de sol y playa. El estudio de Ferro (2006), realizado en Florianópolis durante una competencia de surf, demostró que el 55,2% de los entrevistados pusieron en evidencia las bellezas naturales del lugar.

También fueron destacados por los atletas los puntos negativos de la ciudad. El 25% mencionó el problema del puente Ilhéus – Pontal, que estaba siendo reformado y causaba trastornos a la comunidad local y a los visitantes; el 25% mencionó la falta de atractivos; el 16,66%, la falta de una infraestructura mínima para la atención del turista; y el 16,66%, la poca oferta de horarios de vuelos. Las cuestiones negativas de un destino deben ser evaluadas de forma colectiva con los diversos

segmentos de la sociedad, a fin de analizar los problemas presentados por los turistas; la planificación de acciones de intervención a corto plazo que minimicen los obstáculos del lugar, mejorando la ciudad para la comunidad y para los visitantes. Estas deben ser comunicadas al poder público local, con el objetivo de minimizar los problemas, generando un turismo más competitivo y sustentable, pues los destinos turísticos compiten en un mercado que cada vez posee más concurrentes (Valls, 2006).

A los atletas se les preguntó si ya conocían la ciudad y si volverían por otros motivos. El 50% ya la conocía y el otro 50% aún no conocía la ciudad antes del evento. Lo que llamó la atención fueron las respuestas sobre el posible retorno a la ciudad por otros motivos: el 92% declaró que sí y sólo el 8% dijo que no. La información recolectada permite concluir que la ciudad de Ilhéus posee un gran potencial turístico, que debe ser mejor planificado para fidelizar al turista y buscar otros nuevos, por medio no sólo de las bellezas naturales, sino también con la realización de eventos deportivos.

Se puede observar que el 50% de los atletas consideró que la ciudad es muy buena como sede del evento; el 25%, buena; y el otro 25%, regular. Por otro lado, fue negativa la percepción en relación a la programación paralela al evento; donde el 92% respondió indiferentes, y el 8% insatisfechos. Es claro que no existe una política local dirigida a la elaboración de nuevos productos que atiendan las necesidades de los turistas, en lo que hace a acontecimientos programados paralelos a los eventos deportivos tales como fiestas, congresos, ferias, o producciones artísticas y culturales.

Con relación a la organización y al nivel de satisfacción con el evento, el 67% estaba satisfecho y el 33% muy satisfecho. Los datos referentes a las motivaciones de los atletas para participar del evento muestran que el 75% compite por la puntuación; el 17% marcó como motivación el encuentro con amigos; y el 8% eligió la visita a la ciudad.

De acuerdo con los resultados, la ciudad de Ilhéus no está preparada para recibir a los atletas y sus acompañantes en lo que respecta a una programación paralela al evento, dado que podría ofrecer servicios y actividades de entretenimiento, como fiestas, encuentros, shows y otros eventos para atraer al público en horarios diferentes a la realización de la Travesía.

EVENTO DEPORTIVO: I CARRERA TEMÁTICA COSTA DO CACAU

El evento se realiza en conmemoración de los 10 años del portal www.costadocacau.com.br, con el patrocinio oficial de *Bahia Mineração*, en el circuito histórico-cultural *Quarteirão Jorge Amado*, en la ciudad de Ilhéus. La prueba fue disputada por atletas de varias ciudades de Bahia, como Salvador, Itabuna, Jequié, Porto Seguro, Jacobina y Vitória da Conquista, además de otros estados. Los organizadores de la misma buscaron fomentar la práctica del deporte en la región y atraer competencias nacionales e internacionales de atletismo para la ciudad; además de difundir el destino turístico Costa do Cacau y atraer al público deportista hacia la región. Otras empresas, tales como

Schincariol, Free Hand Sinalização, Itão Supermercados y CVC/NV Turismo, también contribuyeron a la realización del evento,

En cuanto al grado de escolaridad, los datos recolectados indicaron que el 72,72% de la muestra no poseía nivel superior, sino enseñanza media completa, e incompleta en algunos casos. Con relación a los datos de la ocupación principal, se verificó que el 33,33% eran empleados del sector privado; el 27,27%, autónomos; el 18,18%, empleados públicos; el 9,09%, estudiantes; y el 9,09% empresarios. El nivel de ingresos de los entrevistados mostró que el 33,33% de la muestra poseía un salario medio de R\$ 1.868,50; el 27,27%, de R\$ 4.259,50; el 18,18% de R\$ 415,00; el 9,09% de R\$ 3.139,00; y el 9,09% más de R\$ 5.978,00 (1 Dólar = 2,36 Reais - R\$ en 15 de diciembre de 2008).

La elección de un destino turístico está motivada por diversos factores, entre ellos los intereses individuales y colectivos, que a su vez se ven influenciados por amigos, familia y la participación en el evento deportivo. Debido al desplazamiento de personas hacia determinado lugar, se genera demanda de consumo de productos turísticos (OMT, 2001). Los datos mostraron el tipo y número de acompañantes que viajaron con los atletas, verificándose que el 37% viajó con la familia; el 27% con los amigos; el 27% solos; y el 9% con la comisión técnica.

Sobre la fuente de recursos para el viaje de los participantes hasta Ilhéus, los datos informan que el 72% utilizó recursos propios; el 19% fue patrocinado por clubes y asociaciones; y al 9%, la familia le pagó los gastos. De acuerdo con Beni (2003) el 87,2% de las personas que viaja tiene como principal fuente de financiamiento los propios recursos.

Se observó que el 46% se hospedó en hoteles; el 27% en posadas; y el 27% en la casa de amigos. El tipo de hospedaje está relacionado con el poder adquisitivo y el nivel de exigencia del turista en cuanto a los servicios. En relación al tiempo de permanencia, el 80% se quedó 1 ó 2 días; el 10%, 5 ó 6 días; y el 10%, 3 ó 4 días. En lo que se refiere al gasto total de los participantes durante la visita a la ciudad, el 66,66% declaró que gastó entre R\$ 51,00 y R\$ 100,00; y el 27,27% gastó entre R\$ 101,00 y R\$ 150,00.

A los atletas se les preguntó sobre los puntos negativos y positivos de la ciudad. El 45,45% resaltó la suciedad como aspecto negativo; el 27,27% la falta de atractivos; el 18,18% la falta de atención al turista; y el 9,09% la desorganización de la ciudad. La falta de planificación gubernamental, de organización de la ciudad y la insatisfacción del turista podrían provocar una disminución en el nivel de competitividad de la ciudad, perdiendo cada vez más turistas que elegirán otros lugares similares.

En relación a los aspectos positivos, se verificó que el 54,54% resaltó las bellezas naturales y el 45,45%, la hospitalidad de los municipios y de la ciudad. A través de este estudio se comprobó que la

ciudad de Ilhéus posee dos aspectos positivos destacados, la hospitalidad y las bellezas naturales, según los turistas-atletas entrevistados en los tres eventos deportivos.

De los atletas entrevistados, el 63% afirmó que ya conocía la ciudad y el 27% dijo que no la conocía. Todos afirmaron que volverían por otros motivos, además de la competencia. Se percibió que el nivel de satisfacción de los entrevistados con la ciudad fue alto, pues declararon que volverían, demostrando la hospitalidad del lugar.

El 55% consideró a la ciudad como buena para realizar el evento; el 36%, muy buena; y el 9%, regular. En relación a la programación paralela a la competencia, el 63,63% estuvo insatisfecho y el 36,36% satisfecho. Las personas, cuando participan de eventos, poseen motivos internos y externos que justifican su presencia. En la I Carrera Temática Costa Cacau, los principales motivos presentados por los entrevistados fueron la visita a la ciudad, el encuentro con amigos y la premiación. La motivación se configura como una predisposición interna que lleva al individuo a actuar en dirección a determinado objetivo, mostrando una actitud psicológica del individuo respecto de determinados objetivos, como resultado de alguna necesidad o deseo no satisfecho.

Como se dijo anteriormente, el deporte y el turismo poseen una estrecha interrelación dado que permite la promoción de diversos tipos de productos turísticos; incentivan la realización de eventos y calendarios deportivos; motivan la implementación de equipamientos y estructuras específicas para la práctica de deportes; promueven la infraestructura urbana; estimulan el comercio de productos y servicios agregados (ropa, artículos, etc.); e incentivan prácticas y estilos de vida saludables; transformando las competencias deportivas en factores de sociabilidad (Brasil, 2001).

PERCEPCIÓN DE LOS GESTORES PÚBLICOS EN RELACIÓN A LOS EVENTOS DEPORTIVOS

La participación del sector público en la articulación de la planificación de acciones que promuevan el desarrollo local a partir del turismo de eventos deportivos es esencial, pues este sector posee un rol intervencionista en las acciones que se desprenden de políticas públicas que fortalecen los eventos existentes y motiven el surgimiento de otros nuevos.

Con el objeto de conocer la visión de los gestores públicos municipales y, en especial, de los secretarios de Deportes y Turismo de la ciudad Ilhéus, se realizó una entrevista a cada uno, para evaluar el rol del sector público en la idea, planificación y ejecución de eventos deportivos.

La entrevista realizada con el Secretario de Turismo se llevó a cabo en la propia secretaría, y se le preguntó sobre el calendario de eventos, las políticas públicas, el rol del sector público y privado en la ejecución de proyectos deportivos, la infraestructura de la ciudad, y las dificultades y posibilidades de la ciudad en la realización de eventos deportivos.

De acuerdo con el secretario, los principales eventos que los organismos apoyan y realizan son: *Réveillon Popular* (víspera de Año Nuevo), Carnaval, *Lavagem das Escadarias da Catedral de São Sebastião* (Lavado de las escaleras de la catedral de San Sebastián), *Puxada do Mastro* (una especie de penitencia en la que se pide a los santos protección contra todos los males que afligen a la humanidad), *Fiesta de Iemanjá*, *Fiesta de Senhora Santana*, etc. Son todos eventos culturales que están incluidos en la página de la Secretaría de Turismo (<http://ilheusdabahia.tur.br/calendario.php>); pero llama la atención que en ningún momento se nombra a los eventos deportivos de la ciudad en el calendario de eventos, demostrando así la fragilidad de la planificación turística, especialmente en este segmento.

Los datos de la entrevista demuestran que no existe preocupación por planificar y organizar eventos por parte de la Secretaría de Turismo, y los eventos suceden sin la articulación con los demás sectores de la sociedad y del poder público local. *A parceria poderá acontecer de duas formas: através da articulação intersetorial e da articulação intergovernamental, seja esta vertical (entre níveis distintos de governo), seja horizontal (entre governos de um mesmo nível)* (Farah, 2001:21).

En la creación y ejecución de eventos, es necesaria la planificación turística con una perspectiva económica, social y ambiental. En el caso de Ilhéus, el estudio demostró la inexistencia de planificación para la creación de eventos deportivos.

Entre las principales dificultades presentadas por el entrevistado en la realización de eventos, están: la falta de patrocinio, la falta de emprendedores, la baja participación del sector privado, la necesidad de una mayor difusión, la necesidad de crear buenos productos turísticos, la falta de mayores recursos públicos para las inversiones, y la inexistencia de participación de una sociedad organizada.

De acuerdo con Noia (2008), el turismo de Ilhéus se encuentra en una etapa de inmadurez en relación a las acciones a ser planeadas y ejecutadas, coincidiendo con los datos recolectados en esta investigación, donde se nota la ineficiencia en el ámbito de la planificación turística.

Como sugerencias para enfrentar las dificultades, el Secretario de Turismo resaltó que el sector privado debería captar recursos de otras fuentes y elaborar mejores proyectos; y que el sector público debería organizarse, buscando la integración entre las secretarías y los socios del sector privado para crear políticas públicas.

Lo que existe, en realidad, dentro de la planificación turística es la falta de lineamientos claros y objetivos, que involucren a todos los actores públicos, privados y a la comunidad; lo que resulta en la dificultad de participación de estos actores en los procesos de planificación y desarrollo sustentable del turismo (Beni, 2006).

También se realizó una entrevista al Jefe del Sector de Estudios y Planeamiento de la Secretaría de Deportes, en virtud que es el único profesional de Educación Física del sector. Según el entrevistado, debido a la crisis financiera del sector público, la secretaría no está realizando eventos deportivos por falta de fondos, pero existen proyectos para llevarlos a cabo. Y también se refirió a la inexistencia de un calendario de eventos deportivos.

Cuando una ciudad desea pensar el desarrollo turístico a partir de los eventos deportivos, es necesario crear un calendario de eventos que presente los acontecimientos en orden cronológico, facilitando la difusión del evento y la participación de los atletas y sus acompañantes durante las competencias, considerando el programa difundido anticipadamente.

Coincidiendo con el Secretario de Turismo, el representante de la Secretaría de Deportes enfatizó la inexistencia de una articulación entre las Secretarías de Turismo y de Deporte, de modo de promocionar el turismo local, a través de los eventos deportivos. Las dificultades presentadas por el gestor fueron las siguientes: Las reformas del gimnasio de deportes de la ciudad, la depredación de los equipamientos deportivos de la Avenida Soares Lopes, la falta de recursos financieros, y el escaso apoyo del sector privado.

El entrevistado dijo que para que la ciudad desarrolle su potencial turístico en función de los eventos deportivos, sería necesario mejorar la visión del deporte y del turismo que tienen los gestores, creando foros de debate que involucren a toda la comunidad en la creación de políticas públicas.

A través de un planeamiento turístico eficaz, el municipio podrá conformar una ciudad con mejores estructuras urbanísticas, sociales y culturales, creando posibilidades de nuevos espacios de deporte, recreación y turismo para los municipios y los visitantes (Valls, 2006).

La falta de recursos financieros fue uno de los factores apuntados por los secretarios entrevistados, como uno de los obstáculos para el desarrollo turístico de la ciudad; al igual que el escaso apoyo del sector privado a las acciones gubernamentales. De esta forma, es preciso que el poder público local verifique lo que está sucediendo en relación a la falta de recursos financieros para la viabilidad de proyectos, porque al mirar los sites del Ministerio de Deportes y de Turismo, aparecen varias menciones al fomento del turismo y el deporte.

PERCEPCIÓN DE LOS GESTORES PRIVADOS DE EVENTOS DEPORTIVOS

Para conocer la percepción de los gestores de eventos deportivos de Ilhéus, se entrevistó a los organizadores del XXV Concurso de Pesca da Gabriela, de la XII Travesía Ilhéus – Pontal, y de la I Carrera Temática Costa do Cacau.

Actualmente no existen eventos deportivos organizados por el poder público local, como tampoco hay un banco de datos capaz de ofrecer información sobre los que ya fueron realizados en el municipio. Por otro lado, algunos eventos fueron realizados a través de la asociación entre instituciones públicas y privadas, como las cinco etapas internacionales de la Copa Mundial de Triatlón (1993, 1994, 1995, 1996 y 1997) organizadas por la Confederación Brasileña de Triatlón en asociación con la municipalidad local; el Campeonato Brasileño de Triatlón en 2006; las seis Travesías (maratón acuática) Pontal/Ilhéus, en los años 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 y 2008, organizadas por la Confederación Brasileña de Deportes Acuáticos, la Federación Bahiana y la TV Santa Cruz; y las seis etapas de los Juegos da Mata Atlântica (competencia organizada por la municipalidad con la participación de varios municipios de Bahia y de Minas Gerais).

El organizador del XXV Concurso de Pesca da Gabriela posee enseñanza básica completa, es agricultor, y es uno de los fundadores del Club de Pesca de Ilhéus. Realiza el evento desde hace 18 años consecutivos y comenzó a trabajar en este segmento porque sentía placer por el deporte y “*porque no había personas que organizaran el evento*”.

El entrevistado dijo que su principal dificultad en la realización del evento es la falta de recursos y de apoyo del municipio. “*La municipalidad ayuda sólo con la colocación del podio [...]; es un evento que puede atraer turistas de alto poder adquisitivo hacia la ciudad, y aun así, no hay inversión pública, es difícil*” (“A prefeitura ajuda apenas na colocação do palanque e só [...]; é um evento que consegue trazer turistas com alto poder aquisitivo para a cidade e, mesmo assim, não há investimentos públicos; é difícil”).

Según el entrevistado, la ciudad de Ilhéus posee un fuerte potencial para la realización de eventos como el Concurso de Pesca, debido a su ubicación geográfica y las bellezas naturales. La realización del evento no depende de la nueva infraestructura, sino de los servicios públicos básicos como limpieza de las playas y la ciudad, y mejora del sistema de transporte, saneamiento básico, etc.

La iniciativa privada da más apoyo al evento que el poder público, pues cerca de 15 empresas de la región lo patrocinan. En el discurso del organizador del evento, quedó claro que la municipalidad debería colaborar más en la ejecución del evento, considerando el aporte que éste ofrece al municipio, incrementando los servicios y productos turísticos, ya que los atletas siempre viajan con la familia o amigos.

La gran crítica del entrevistado al organismo municipal fue la falta de un calendario de eventos deportivos, ya que todos los años él informa el día con un año de anticipación y no lo difunden.

La entrevista con el organizador de la Travesía Ilhéus - Pontal se realizó momentos antes de comenzar la misma. Es un individuo formado en Educación Física, con una experiencia de 25 años en el mercado de eventos, y que en los últimos 14 años participó de la organización del evento.

Según el gestor de la Travesía Ilhéus - Pontal, la ciudad posee un gran potencial turístico, que aún está poco explotado. Dijo que la realización del evento se convirtió en una actividad catalizadora de turistas en temporada baja; y mencionó la influencia de las bellezas naturales y la hospitalidad de la población en la atracción de nuevos turistas, aunque también hizo referencia a la precariedad en la oferta de servicios y productos.

Analizando el evento, el entrevistado dijo que el sector público ayuda mucho más en la ejecución del evento que la iniciativa privada, destacando la falta de patrocinio como punto negativo en la realización del evento. También resaltó la inexistencia de un calendario de eventos deportivos para promocionar la ciudad durante todo el año y disminuir la estacionalidad.

La tercera entrevista se realizó a los coordinadores y ejecutores de la I Carrera Temática Costa do Cacau, un profesor de educación física e ingeniero agrónomo, que comenzó a planear el evento por amor al deporte. Su gran preocupación se refiere al patrocinio para realizar el evento.

El coordinador afirmó que no es sólo responsabilidad del sector público crear eventos para generar inversiones, sino también de la iniciativa privada. Destacó como punto positivo de la ciudad su ubicación geográfica y los atractivos físicos. En cuanto a los aspectos negativos, dijo que “*los patrocinadores locales no ven al deporte como un producto para vender, la gente no suele trabajar unida para que esto suceda, cada uno trabaja por sus propios intereses.*” (“os patrocinadores locais não enxergam o esporte como produto de venda, as pessoas não costumam trabalhar juntas para ver acontecer, cada um trabalha por seu próprio interesse”).

El entrevistado también está ligado al Triatlón de Ilhéus, e hizo el siguiente comentario: [...] *El Triatlón fue una prueba de eso. Vi un video de 45 minutos en un congreso para 4.000 atletas en Perth (Australia), hablado en inglés, con imágenes aéreas de la catedral, la avenida y el pueblo vibrando con los triatletas en la playa de Pontal. La ciudad fue comentada ese año y el siguiente, en Montreal. Dudo que los organismos de promoción turística, trabajando durante varios años, logren vender la ciudad de Ilhéus como sucedió en esa ocasión. ([...] o Triatlon foi uma prova disso. Assisti a um vídeo de 45 minutos em um congresso para 4.000 atletas em Perth, na Austrália, narrado em inglês, com imagens aéreas da catedral, avenida e do povo vibrando com os triatletas na praia do Pontal. A cidade era comentário nesse ano e no ano seguinte, em Montreal. Duvido que órgãos de promoção do turismo, trabalhando por vários anos, consigam vender a cidade de Ilhéus como aconteceu naquela ocasião.)* También dijo que no tenía conocimiento que hubiera un calendario de eventos en la ciudad.

Analizando las declaraciones anteriores y considerando el crecimiento de otros segmentos económicos de la ciudad, los impactos positivos que un evento deportivo podría generar, en cuanto a *marketing*, son inmensurables.

Para ello, en principio, es preciso invertir en escuelas de base, estimular la práctica deportiva y hacer que los pobladores de la ciudad conozcan las diversas modalidades: *"No ayuda traer eventos si no existe identificación con la población. Nada sucederá mágicamente. El Triatlón fue un fenómeno aislado, que comenzó y se convirtió en una pasión, porque fue organizado con inversiones y estructura del primer mundo".* ("Não adianta trazer eventos se não existe identificação com a população. Nada vai acontecer por mágica. O Triathlon foi um fenômeno isolado, que começou e virou paixão, porque foi feito com investimento e estrutura de primeiro mundo").

Agregó que en los últimos Juegos Abiertos, el equipo de voleibol de Ilhéus estaba compuesto por un 85% de atletas de otra ciudad: [...] *Mira que ya fuimos potencia en el deporte. Hasta El Triatlón tenía tres atletas que competían en el Circuito Brasileño Amador y eran conocidos por el público de la ciudad. La carrera quizá sea un evento para incentivar debido a la simplicidad de la práctica. Las carreras de aventura también, en función de los atractivos paisajísticos de nuestra ciudad. Creo que esos eventos deben sumarse a los congresos para dar a conocer su modalidad, capacitar profesionales y atraer visitantes.* ([...] olhe que já fomos potência no esporte. Até o Triathlon tinha três atletas que competiam no Circuito Brasileiro Amador e eram conhecidos do público da cidade. A corrida talvez seja o evento a ser estimulado pela simplicidade de prática. As corridas de aventura também, em função dos atractivos paisagísticos da nossa cidade. Acho que esses eventos devem ser acoplados a congressos para difusão de conhecimento sobre as modalidades, capacitando profissionais e trazendo visitantes à cidade).

Así, considerando las entrevistas realizadas con los gestores públicos y privados que realizan eventos deportivos en la ciudad, es clara la falta de planificación estratégica turística en función de las posibilidades de desarrollo local a partir de la realización de eventos deportivos. Los mismos se dan de forma esporádica, con poca participación del sector público, ya que todos los eventos estudiados son ejecutados por la iniciativa privada.

PROPUESTAS PARA EL TURISMO DE EVENTOS DEPORTIVOS

Este estudio posee características académicas y propositivas, en el sentido que presenta posibles propuestas de desarrollo turístico a partir de los datos recolectados y del marco teórico estudiado. La primera propuesta está relacionada con la falta de planeamiento por parte del poder local, y establece la necesidad de crear planes de competitividad, planificar estratégicamente las acciones de *marketing* de manera ética e innovadora, y posibilitar la relación entre los sectores públicos, privados y la comunidad local.

De acuerdo con Hassan (2000, citado en Silva, 2005) en el proceso de desarrollo de una estrategia competitiva sustentable para el turismo regional, se necesita la participación del sector privado, del sector público y de las organizaciones no gubernamentales. Dicha estrategia no existe en

la ciudad, pues, conforme lo dicho por los gestores de eventos privados y los representantes del poder público entrevistados, no hay una política de interrelación entre los segmentos de la sociedad.

La segunda propuesta se refiere a la creación de un calendario de eventos deportivos, sistemático y cronológico, que enumere los acontecimientos deportivos de la ciudad; facilitando la difusión de los mismos y de la ciudad durante todo el año. La creación de un calendario podrá disminuir los problemas de la estacionalidad turística, permitiendo un aumento del flujo de visitantes durante la temporada baja.

La tercera propuesta estaría volcada al fortalecimiento del apoyo del sector público y privado a los eventos deportivos que se realizan en la ciudad, así como al fomento del surgimiento de nuevos eventos deportivos. El municipio deberá mejorar las condiciones de infraestructura básica y de equipamientos para la práctica de deportes. A través de una planificación turística eficaz, el municipio posibilitaría la conformación de una ciudad con mejores estructuras urbanísticas, sociales y culturales, creando nuevos espacios de deporte, recreación y turismo para los municipios y los visitantes (Valls, 2006).

Los eventos deportivos poseen un rol importante en el desarrollo turístico y en las estrategias de promoción local, y deben ser significantes para los atletas y la comunidad local; actuando como catalizadores de los cambios sociales, políticos y económicos (Robertson; Guerrier; Tyler, 2003).

Diversos países del mundo enfrentan una alta demanda para organizar grandes eventos deportivos, vislumbrando posibilidades de desarrollo económico y turístico, a través de promesas tales como un mayor número de ocupación y empleos temporarios y/o permanentes; la apertura de nuevas oportunidades de trabajo especializado; la promoción y realización de otros eventos; el aumento en la intención de practicar actividades físicas por parte de la población; el aumento en la proyección de la imagen de la ciudad dentro y fuera del país, considerada como cultura urbana; la proyección de oportunidades económicas y de servicios; la construcción de estructuras adecuadas para su posterior aprovechamiento; las construcciones deportivas (estadios, arenas y otros equipamientos); la construcción de infraestructura para la ciudad como obras de transporte (puerto, aeropuerto, metro, etc.) y de alojamiento para los atletas; y la compra de equipamientos deportivos, de seguridad, de telecomunicaciones, de informática, etc. (Da Costa *et al.*, 2008).

CONSIDERACIONES FINALES

La ciudad de Ilhéus surgió al turismo debido a una crisis en la economía y la inestabilidad social provocada por la degradación de las labores del cacao en la región sur de Bahía. Así, el turismo surge como alternativa, buscando generar empleo e ingresos, utilizando los recursos naturales, históricos y culturales.

La sociedad ilheense buscó, en la actividad turística, un nuevo camino para los problemas económicos y sociales, pero no realizó una planificación participativa que pudiera crear una identidad entre el espacio y los habitantes, en busca de desarrollo social y económico para que cada actor social, con su capacidad y habilidades, participara de las acciones dirigidas hacia una política de turismo capaz de producir beneficios para la comunidad local (Noia, 2008).

El turismo de eventos deportivos es un segmento específico de la actividad económica, que genera beneficios para la ciudad promotora, los emprendedores, el comercio local y los municipios; contribuyendo al uso de los equipamientos y servicios turísticos de las regiones promotoras y la difusión de los atractivos turísticos.

Según los gestores privados de eventos deportivos, el sector público de la ciudad no posee acciones políticas de turismo. Las políticas de turismo pensadas, elaboradas y articuladas aún no son comunes en Brasil. Así, corresponde al municipio, a través de su organización política, ejercer la función de orientador de la actividad turística local, articulando a la sociedad civil organizada, los empresarios del área de turismo y la comunidad en general; con el fin de crear un Plan de Desarrollo Turístico sustentable económica, sociocultural y ambientalmente.

Otro aspecto relevante presentado por los entrevistados fue la falta de un calendario de eventos deportivos de la ciudad; lo cual indica que las empresas y las personas realizan eventos que no son difundidos. El calendario de eventos es un canal de comunicación de hechos, valores y acontecimientos que serán difundidos en la comunidad local y externa, promocionando la ciudad y sus atractivos y funcionando estratégicamente en la disminución de los efectos de la estacionalidad, a través del aumento del flujo turístico en los períodos de temporada baja.

En los últimos años, Brasil ha creado oportunidades de desarrollo turístico a partir de la realización de eventos deportivos: el primero fue el PAN Americano, en Rio de Janeiro (2008); ahora la Copa del Mundial de Fútbol de 2014 y las Olimpiadas de 2016. Así, las ciudades que no serán sede podrán organizarse para ofrecer productos turísticos complementarios.

Los eventos deportivos son acontecimientos que podrían beneficiar a determinada localidad, dentro de lineamientos planeados y articulados entre los diversos sectores de la sociedad. Los estudios de este trabajo comprobaron que los eventos son acciones esporádicas, incentivadas y ejecutadas por personas o grupos ligados al deporte, que se desenvuelven con poco apoyo del poder público. El XXV Concurso de Pesca da Gabriela y la XII Travesía Ilhéus - Pontal son eventos que poseen historia en la ciudad, pues se llevan a cabo desde hace años; no obstante son poco difundidos en la sociedad local, principalmente el Concurso de Pesca, en el cual la gente pasa por delante del evento y no sabe de qué se trata. La I Carrera Temática Costa do Cacau es un evento deportivo que promete también establecer raíces históricas y culturales en la ciudad, pues fue planeado y es llevado a cabo de forma profesional. Hay que resaltar que la realización de eventos

deportivos en la ciudad posibilitaría nuevas formas de ocio para la comunidad local, además de incentivar la cultura deportiva. La investigación sólo se limitó al estudio de tres eventos deportivos, frente a la carencia de acontecimientos deportivos en la ciudad, lo que dificultó un análisis más profundo de la temática.

Ante las dificultades y limitantes del estudio, este artículo, fruto de una disertación, se convierte en marco histórico para el estudio de eventos deportivos en la Región Sur de Bahía, indicando la necesidad de una planificación local más adecuada; que pueda unir al sector público y privado, ideando nuevas posibilidades de desarrollo local a partir de otros eventos deportivos, además de los existentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beni, M. C.** (2003) "Política e planejamento de turismo no Brasil". Aleph, São Paulo
- Brasil - Ministério do Turismo** (2001) "Segmentação do turismo marcos conceituais. Ministério do Turismo, Brasília
- Brasil - Ministério do Turismo** (2008) "Turismo de negócios e eventos: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília.
- Camargo, L. O. L.** (2005) "Hospitalidade". In: Trigo, L. (Org.). Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro. Roca, São Paulo, pp. 43-58
- Da Costa, L.; Rodrigues, R. P.; Terra, L. M. M.** (2008) "Legados de Megaeventos esportivos. Ministério do Esporte, Brasília
- Dias, R.** (2005) "Gestão local do turismo: competitividade com sustentabilidade". In: Pimenta, M. A.; Dias, R. (Org.) Gestão de Hotelaria e Turismo. Person Prentice, São Paulo, pp. 75-94
- Farah, M. F. S.** (2001) "Parcerias, novos arranjos institucionais e políticas públicas no nível local de governo". RAP – Revista de Administração Pública 35(1): 119-145, jan./fev
- Fontes, B. J. N.** (2003) "Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo". Aleph, São Paulo
- Lakatos, E. M.; Marconi, M. A.** (2001) "Fundamentos da metodologia científica". Atlas, São Paulo
- Martos, G. H. Y. M.; Martos, L. H.** (2005) "Turismo de pesca". In: Trigo, L. (Org.). Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro. Roca, São Paulo, pp. 383-398
- Martin, V.** (2003) "Manual práctico de eventos". Atlas, São Paulo
- Noia, A. C.** (2008) "Por uma perspectiva endógena do turismo: avaliação, expectativas, participação e identidade de residentes da cidade de Ilhéus – BA". Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo), Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus
- OMT - Organização Mundial do Turismo** (2001) "Introdução ao turismo". Roca, São Paulo
- Robertson, M.; Guerrier, Y.; Tyler, D.** (2003) "Gestão de turismo municipal". Futura, São Paulo

Silva, R. J. C. (2005) "Marketing estratégico de lugares". In: Trigo, L. (Org). *Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro*. Roca, São Paulo, pp. 81-93

Schlüter, R. G. (2003) "Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria". Aleph, São Paulo

Valls, F. J. (2006) "Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis". FGV, Río de Janeiro

Recibido el 30 de abril de 2010

Correcciones recibidas el 16 de junio de 2010

Aceptado el 21 de junio de 2010

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués