


DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: O CASO DO TURISMO ESPORTIVO

SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT IN THE STATE OF RIO DE JANEIRO: THE CASE OF SPORTS TOURISM


Carlos Henrique de Vasconcellos Ribeiro

 <https://orcid.org/0000-0002-9977-6778>

Correspondência: c.henriqueribeiro@gmail.com

Universidade Santa Úrsula, Rio de Janeiro, Brasil.

Keytty Hannielly de Souza Rocha

 <https://orcid.org/0009-0002-4462-9612>

Correspondência: ketty.rocha3149@souusu.com.br

Universidade Santa Úrsula, Rio de Janeiro, Brasil.

DOI: 10.12957/2026.96180

Recebido em: 16 jan. 2026 | **Aceito em:** 26 abr 2026

RESUMO

O objetivo dessa pesquisa é analisar a contribuição socioeconômica do turismo esportivo, a partir da prestação de serviços desse segmento. Para isso, analisamos empresas dedicadas às atividades esportivas espalhadas pela cidade do Rio de Janeiro. Essa é uma pesquisa exploratória e descritiva. O tipo de estudo é uma análise documental das atividades ligadas ao turismo esportivo a partir da busca das páginas encontradas na internet. Nossa amostra se concentrou na prestação de serviços de voo livre, o stand up paddle, trilhas e visitas aos museus de clubes de futebol. Os resultados demonstram o aparecimento de empresas especializadas no turismo esportivo. Apresentamos seus endereços, valores praticados e informações adicionais sobre como é realizada a atividade e a oferta de equipamentos para algumas dessas práticas. O estudo contribui para oferecer dados do setor e suas perspectivas econômicas e sociais, a partir dessas atividades de caráter eminentemente empreendedoras bem como visibilidade acadêmica. Ao final são apresentadas sugestões para o incremento de políticas públicas desse segmento específico do turismo no Estado do Rio de Janeiro.

Palavras-chave: turismo esportivo; desenvolvimento socioeconômico; Estado do Rio de Janeiro; cidade do Rio de Janeiro; empreendedorismo.

ABSTRACT

This research aims to analyze the socioeconomic contribution of sports tourism in Rio de Janeiro, based on the provision of services in this segment. For this, we study companies dedicated to sports activities spread throughout the city. This is exploratory



and descriptive research. The type of study is a documentary analysis of activities related to sports tourism based on the search for pages found on the internet. Our sample focused on the provision of services such as paragliding, stand-up paddleboarding, hiking, and visits to football club museums. The results show the emergence of companies specialized in sports tourism. We present their addresses, prices, and additional information on how the activity is carried out, as well as the availability of equipment for some of these practices. The study helps provide sector data and its economic and social perspectives, based on these activities of a highly entrepreneurial nature, as well as academic visibility and suggestions for improving public policies in this specific segment of tourism in the State of Rio de Janeiro

Keywords: sport tourism; socioeconomic development; State of Rio de Janeiro; city of Rio de Janeiro; entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

O segmento do turismo esportivo tem sido objeto de estudos acadêmicos, quer seja de em nível nacional quanto internacional (Andrade; Bárcia, 2018; Higham; Hinch, 2002).

O setor ganhou visibilidade em nosso país sobretudo a partir da realização dos megaeventos esportivos tais como a Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos Rio 2016, quando diversas intervenções urbanas foram realizadas para receber turistas de diferentes partes do mundo. Foi necessário, naquele período, a capacitação de pessoas para que esse segmento pudesse atender as exigências internacionais de hospedagem, circulação e alimentação, por exemplo. (Ribeiro, 2021).

Assim, uma década depois da realização desses megaeventos esportivos a cidade parece estar colhendo frutos, na medida que os equipamentos públicos, entre eles arenas esportivas e avenidas – que foram construídas para a realização de eventos esportivos –, se somam a experiência dos órgãos do poder governamental para a organização de eventos esportivos.

Outra característica do legado dos megaeventos esportivos é, por exemplo, a criação do Centro Integrado de Comando e Controle (CICC), que permitiu a partir daquele momento o monitoramento permanente da cidade com câmeras de segurança espalhadas por diversos bairros. Junto com essas bem-feitorias veio o necessário treinamento da mão de obra qualificada para operar esses equipamentos¹.

¹Cf. rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4379008/4130519/RIO2016_estudos_PORT.pdf. Acesso em: 12 dez. 25.

É preciso lembrar que grande parte dos equipamentos públicos há época construídos estão hoje sob a gestão da iniciativa privada, na forma de parcerias público-privadas².

Do lado do setor privado, parece existir um entendimento que os eventos esportivos são um atrativo para períodos do ano considerados de baixa estação, e que a rede hoteleira se beneficia da realização dessa movimentação, tal qual como acontece com o circuito de Beach Tennis³.

Se verifica que a relação entre turismo esportivos e realização de eventos tem sido profícua ao longo dos anos. Como reforço do que se está tratando, no ano de 2025 são esperadas cerca de 350 competições na capital fluminense, sendo 190 apenas no âmbito das corridas de rua. A expectativa é que aconteçam 690 mil inscrições, gerando um impacto econômico de cerca de R\$ 2,2 bilhões. Além disso, em 2024 a cidade do Rio de Janeiro sediou 322 eventos, dos quais 78 reuniram 452 mil participantes e provocaram um impacto econômico de R\$ 1,4 bilhão segundo a municipalidade⁴.

Somente uma competição, a Maratona do Rio, conta com cerca de 60.000 inscritos, gerando quase 3.000 oportunidades de trabalho temporárias e movimentando cerca de R\$ 355 milhões⁵.

Ademais, existe uma significativa porcentagem de 40% dos viajantes na faixa etária de 25 a 34 anos que pretende acompanhar ou participar de competições esportivas no ano de 2025, segundo dados da revista Tendências do Turismo (Brasil, 2025).

Dados desse mesmo ano mostram que a cidade do Rio de Janeiro alcançou o seu melhor número de visitantes estrangeiros nos últimos 50 anos⁶. Para uma ideia geral sobre os dados econômicos do turismo, a prefeitura carioca estima que apenas as duas árvores de Natal instaladas na praia de Botafogo e na Lagoa Rodrigo de Freitas devem movimentar cerca de R\$ 90 milhões. O gasto médio por pessoa é calculado em R\$ 45,00, incluídos nessa conta o gasto com transporte, alimentação e bebida⁷.

²Cf. prefeitura.rio/desenvolvimento-economico/legado-olimpico-prefeitura-anuncia-concessao-do-complexo-de-arenas.

³Cf. all.accor.com/a/pt-br/limitless/thematics/sports-events-activities/beach-tennis.html?msocid=1bd3156435da66f812011a2e346c6738.

⁴Cf. prefeitura.rio/esporte/prefeitura-do-rio-lanca-calendario-esportivo-oficial-da-cidade).

⁵Cf. diariodorio.com/rio-de-janeiro-se-firma-como-capital-do-turismo-esportivo. Acesso em: 09 dez 25.

⁶Cf. g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2025/11/24/rio-teve-recorde-turistas-2025-preve-aumento-proximo-verao.ghtml.

⁷Cf. prefeitura.rio/cidade/arvores-da-lagoa-e-da-enseada-de-botafogo-devem-impactar-a-economia-carioca-em-mais-de-r-90-milhoes.

Os turistas movimentaram, entre janeiro e novembro de 2025, cerca de R\$ 24,5 bilhões. Segundo o Observatório do Turismo Carioca (SMTUR), visitaram a cidade cerca de 11,4 milhões de turistas nos dez primeiros meses do ano, sendo 9,4 milhões (83,0%) de turistas nacionais e 1,9 milhões (17,0%) de visitantes internacionais⁸.

Com tantos turistas visitando o Rio de Janeiro, é razoável inferir que muitos visitem ou façam alguma atividade relacionada ao turismo esportivo, tais como fazer uma trilha na Floresta da Tijuca ou contemplar o amanhecer do dia em uma prancha de *stand up paddle* no mar de Copacabana, ou do Leme. Assim, as atividades esportivas ao ar livre permitem que o turista tenha a experiência de praticar essa atividade tendo a vista para locais icônicos da cidade, entre eles o Morro Dois Irmãos e o Pão de Açúcar. Em tempos de propagação das imagens turísticas através de redes sociais realizadas por influenciadores digitais, a publicação de fotos de prática esportiva em ambientes como essas pode ser uma forma de convencimento para que seguidores visitem a cidade (Lucena; Cunha; Silva, 2023).

Não por acaso, a prefeitura dessa municipalidade instituiu, desde o ano de 2023, o projeto denominado “Rio Digital Influencer” que tem como objetivo estimular o trabalho dos influenciadores digitais que contribuem para a divulgação da cidade do Rio de Janeiro, e, como consequência, estimulam o setor de turismo⁹.

Os impactos econômicos dos eventos, sobretudo dos relacionados ao esporte parecem ser objeto de atenção das autoridades públicas, a partir do monitoramento de diversas variáveis, tais como o número de inscritos, a cidade de origem, o tempo médio de estadia e gasto financeiro, como revelado nos parágrafos anteriores. No entanto, existem outras atividades relacionadas ao turismo esportivo que acontecem cotidianamente e parecem estar longe das atenções dos agentes públicos, do meio acadêmico e meio empresarial. Essa é uma das justificativas para realizar essa pesquisa. Investigar os pequenos negócios, de caráter eminentemente empreendedor. Estudar aqueles que por vezes passam despercebidos, porque não contam com visibilidade econômica e ou política para serem colocados em pauta.

Ainda, a experiência docente de um dos autores desse artigo acadêmico na criação e funcionamento do Curso de Condutor de Turismo Esportivo da Rede Faetec desde 2016 serve também como parâmetro para compreender o setor. Ao longo de quase uma década

⁸Cf. prefeitura.rio/desenvolvimento-urbano-e-economico/turistas-movimentaram-r-245-bilhoes-na-economia-da-cidade-do-rio-em-2025-ate-novembro.

⁹Cf. turismo.prefeitura.rio/riodigitalinfluencer2025.

em funcionamento, esse curso formou dezenas de pessoas aptas para empreenderem nesse segmento, capacitando guias de turismo que pouco conheciam o setor, e não vislumbravam potencial econômico para a venda dessa prestação de serviços. Uma das justificativas desse estudo é apresentar o esporte ao setor de turismo.

No Rio de Janeiro, dada sua geografia e clima, são inúmeras as variedades de práticas esportivas em ambientes ao ar livre, como praias e montanhas. Um turista quando visita a cidade tem, ao seu dispor, a possibilidade de contratar serviços para realizar um voo livre de asa delta, ou praticar aulas de futevôlei. As atividades econômicas das praias cariocas são objeto de atenção do poder público. Dados de 2022 estimam em R\$ 4 bilhões a movimentação financeira. E o número de escolas de esporte ultrapassava a 550, entre elas futevôlei, *beach tennis* e surfe¹⁰.

Há também um patrimônio cultural esportivo a seu dispor, tal como o simbólico Estádio do Maracanã e os museus de clubes de futebol. Há ainda a realização dos eventos relacionados aos e-esportes, cada vez mais frequentes na cidade, e a inauguração da primeira arena pública do país consolida o Rio de Janeiro como a capital brasileira desse segmento¹¹.

O segmento de turismo esportivo é pulverizado, e a presença de diversos agentes envolvidos são a demonstração de sua complexidade e oportunidades de expansão. Desse modo, são necessários mais dados para que os agentes públicos possam se decidir e considerem melhorar as políticas de desenvolvimento para esse segmento turístico, ou que o setor empresarial avalie investir nessa área.

Entendendo que o objetivo dessa pesquisa é examinar a contribuição socioeconômica do turismo esportivo na cidade do Rio de Janeiro, a partir da prestação de serviços desse específico segmento turístico, selecionamos, de forma intencional, profissionais autônomos e empresas que oferecem essas atividades e analisamos seu papel na contribuição para o desenvolvimento do turismo esportivo. Analisar a cadeia produtiva do turismo, – e, em específico, um dos seus eixos centrais como o pertencente ao lazer –, contribui para estudos sobre geração de emprego e renda no setor de serviços, área que tem destaque no cenário econômico no Rio de Janeiro. Essa pesquisa também é uma oportunidade para se discutir o empreendedorismo esportivo – o desenvolvimento de uma

¹⁰ Cf. prefeitura.rio/desenvolvimento-economico-inovacao-simplificacao/atividades-economicas-nas-areias-cariocas-movimentam-r-4-bilhoes-por-ano.

¹¹ Cf. lance.com.br/outros-lances/2025/07/16/essa-cidade-brasileira-se-consolida-como-capital-nacional-dos-e-sports.

economia urbana que é dependente das redes de conexão e que mantém contato com os agentes do turismo.

A pergunta de nossa pesquisa é: quais são as empresas que oferecem serviços relacionados ao turismo esportivo na Cidade do Rio de Janeiro?

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A produção de conhecimento sobre a temática de turismo esportivo tem sido profícua. Grande parte do que se tem escrito faz referência ao desenvolvimento econômico e social da humanidade nas últimas décadas e o desenvolvimento do turismo ao redor do mundo (Melo, 2010).

Há elementos de discussão sobre os aspectos que permitiram o aparecimento de classe sociais ávidas por consumir, em seus momentos de lazer, atividades relacionadas ao turismo e o esporte. (Carvalho; Rui, 2009).

Assim, o desenvolvimento do capitalismo trouxe com ele a noção dos desfrutes não apenas dos bens de consumo palpáveis, mas também os desdobramentos que permitiram a compra de bens de serviços relacionados ao pertencimento de uma classe social. A escolha de uma prática esportiva está inserida nessa noção de pertencimento e *status* social para aqueles que podem ter tempo livre – no caso aqui o lazer –, para a aquisição de habilidades motoras específicas e aprendizagem de uma modalidade (Bourdieu, 1992).

Exemplos nessa relação podem ser vistos em aprender a nadar e praticar tênis.

Em termos de entendimento sobre o turismo esportivo, parte do que se compreende está relacionado à interdependência e imbricamento destas atividades econômicas que ainda são vistas como atividades separadas no Brasil: o turismo e o esporte. Assim, grande parte da produção inicial do turismo esportivo vem da tentativa de oferecer dados econômicos do setor, para que a partir dessa iniciativa seja dada visibilidade ao potencial econômico e social desse segmento (Hortencio, 2022).

É necessário mostrar à academia, aos gestores públicos e à iniciativa privada que o setor mantém também interfaces com o empreendedorismo, na medida que a temática ainda é emergente, e carece de melhor compreensão teórica e visibilidade de oportunidades. Essas podem ser criadas quando se está se tratando de cidades com histórico de cultura esportiva como Rio de Janeiro, e onde o estilo de vida saudável está

associado às atividades físicas realizadas ao ar livre, às praias e demais belezas de sua topografia, reforçando o estereótipo do morador da cidade, o carioca, sendo essa imagem social construída ao longo do tempo (Melo, 2001).

Essas são algumas das estratégias para que os tomadores de decisão no âmbito das empresas privadas e públicas possam incentivar esse segmento turístico, oferecendo capacitação, incentivos legais e infraestrutura (Ribeiro, 2023).

Em cidades como o Rio de Janeiro, onde a prestação de serviços é o setor que mais oferece oportunidades de trabalho e geração de renda¹², o segmento de turismo esportivo é capaz de se desenvolver de forma ampla. Tendo outras partes do mundo como referência, se verifica que a Nova Zelândia é um exemplo a ser seguido. A motivação para a prática de esportes ao ar livre nesse país tem sido uma das razões para a compra de pacotes de viagens, atraindo um segmento específico de turistas, sobretudo de pessoas mais jovens, ou simplesmente pessoas que gostam de praticar esportes enquanto viajam (Moyano; Lengler; Angnes, 2017).

Para uma compreensão do fenômeno do turismo esportivo em termos conceituais, se verifica que essa atividade turística está relacionada em três níveis: a) a observação das atividades esportivas e de cunho cultural; b) à prática esportiva propriamente dita c) o envolvimento em práticas esportivas que não requisitam treinamento prévio e que podem ser ou não planejadas pelo turista (Carvalho; Lourenço 2009).

Abaixo sintetizamos algumas características:

- a) O turismo relacionado ao calendário de eventos esportivos. Exemplos são os interesses de turistas para assistirem, no Maracanã, partidas do campeonato brasileiro durante suas estadias na cidade do Rio de Janeiro, ou a ida ao Museu Olímpico;
- b) O turismo relacionado à prática de competições esportivas em nível amadorístico. Assim é o caso de um turista que viaja para participar de competições de corrida de rua, tal qual a Maratona ou Meia Maratona da Cidade do Rio Janeiro. Ambas as competições fazem parte do calendário de eventos da cidade, o que torna o desejo de participação algo passível de ser programável anualmente para o turista;
- c) O turismo relacionado à participação de atividades esportivas que advêm do cardápio de atividades esportivas oferecidas cotidianamente para turistas. Essas atividades representam uma oportunidade para os turistas praticarem uma atividade esportiva de pouco tempo de duração, e que não advém nem da

¹²Cf. prefeitura.rio/cidade/atividade-economica-da-cidade-cresceu-36-em-2024-em-comparacao-com-o-ano-passado.

passividade de assistir um espetáculo esportivo – tal qual assistir ao jogo no Maracanã – e nem de ter necessidade de grande preparação física ou inscrição prévia – tal como participar como corredor em uma maratona. São exemplos o oferecimento da compra de serviços de voo livre, *stand up paddle* ou entrada em uma trilha na Floresta da Tijuca. Essas atividades podem ter sido programadas pelos turistas, ou de forma oportuna e conveniente quando sua estadia na cidade;

É nesta última característica que se quer dar ênfase na pesquisa. Uma das justificativas é a pouca compreensão e visibilidade que essas atividades parecem receber dos entes públicos e privados. E é possível afirmar que mesmo para moradores da cidade do Rio de Janeiro essas atividades parecem ser pouco conhecidas e apreciadas.

Avançando na literatura, a participação de turistas nessas modalidades esportivas de caráter de lazer como descrito nos itens acima podem ser classificadas na literatura a partir de uma tipologia dividida em três níveis, a saber: motivo primário, motivo secundário e incidental (Weed; Bull, 2004).

Isso significa que o turista pode ter como motivação primária vir ao Rio de Janeiro participar de uma corrida de rua, o que significa uma motivação primária. Mas também pode ser que voar de asa delta seja um dos seus desejos, digamos, em um dos dias que estiver pela cidade, esse pode ser classificado como secundário. No motivo considerado incidental se exemplifica na forma de, ao final de sua estadia, por estímulo e oportunidade esse turista faça uma aula de futevôlei na Praia de Ipanema.

As divisões acima também não esgotam o potencial de conceituação do turismo esportivo. Assim, um outro desdobramento do turismo esportivo seria o turismo de futebol, ou seja, aquele destinado especificamente a compreender a atividade turística dos estádios – tanto para visitação de seu conjunto arquitetônico quanto para assistir uma partida –, e os museus dos clubes – que mantêm em seus acervos taças, fotos e histórias da construção da cidade. Isso demanda o aprofundamento no perfil e motivações para que os turistas escolham como destino determinadas cidades pelo mundo (Hortencio, 2022).

Além desse, o setor de turismo de aventura também faz uma sobreposição com o turismo esportivo, na medida que apresenta atividades esportivas em locais naturais, com ou sem a necessidade da utilização de equipamentos especiais para a sua prática (Buckley; Uvinha, 2011).

Questões relacionadas à sustentabilidade são prementes no turismo esportivo. Elas são caras para a sociedade quando pensamos na expansão da prestação de serviços do turismo em seu aspecto geral, sobretudo na exploração dos recursos naturais de países

que ainda não alcançaram o desenvolvimento econômico e social para a grande maioria da sua população. Situações como a da praia tailandesa de Maya Bay onde a massificação do turismo se deu pela indução audiovisual e gerou sérios problemas ambientais precisam ser foco das ações do poder público (Campos; Pereira; Gomes, 2025).

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Essa é uma pesquisa de abordagem qualitativa, do tipo exploratória e descritiva. Para Gil (2021) as pesquisas exploratórias podem ser definidas como

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”. (op. cit. p. 41, 2021).

O tipo de estudo é uma análise documental das páginas de empresas ligadas ao turismo esportivo na cidade do Rio de Janeiro.

Selecionamos as empresas do turismo esportivo que mostram seus trabalhos na web. Assim, verificamos de que forma oferecem aos interessados as atividades, bem como são os valores praticados.

Para encontrar essas empresas, foram digitadas palavras-chave relacionadas aos esportes praticados na natureza, ou que fazem referência ao turismo esportivo dentro da cidade do Rio de Janeiro. Assim, práticas como voo livre, *stand up paddle*, visita ao Maracanã e passeios de bicicleta foram selecionados até que esses serviços se tornassem repetitivos.

O buscador da internet escolhido foi o *Google*. A coleta de dados foi realizada durante o mês de julho de 2025. A orientação foi englobar serviços distintos, tendo o turismo esportivo como eixo. Quer seja no mar, nas areias das praias, em trilhas e estádios e museus de clubes de futebol, o Rio de Janeiro oferece um cardápio variado em que turistas possam vir a se interessar em adquirir esse tipo de experiência.

Uma das limitações dessa pesquisa é quanto a uma busca mais apurada sobre os empreendedores de esportes turísticos, quer seja pela caracterização de sua atividade econômica, quer seja pelo Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Infelizmente essas informações não foram encontradas.

A partir dos dados coletados, se apresenta abaixo um modelo sobre como o turismo esportivo vem se desenvolvendo, a partir da consulta dos sites que oferecem as atividades no Rio de Janeiro:

Quadro 1: Modelo de interesse sobre a prática de turismo esportivo

Turista	Redes Sociais; Agência; Guias Locais.	Atividades na Praia e arredores; Ida aos museus de clubes; Assistir uma partida de futebol
---------	---	--

Fonte: Elaborado pelo autor.

O modelo acima mostra que o turista que visita o Rio por vezes é estimulado praticar uma atividade esportiva. Esse estímulo pode ter sido influenciado pelas redes sociais, agência de turismo ou guias locais. A partir disso são encontradas as prestadoras de serviço que normalmente estão na praia, ou ao seu entorno. Assim, se pode inferir que entre a vontade do turista realizar uma prática esportiva na cidade, ou ir a uma partida de futebol, provavelmente será necessário a intermediação de uma agência, de um guia local ou que as empresas que prestam esse serviço estejam com suas atividades bem-posicionadas nas redes sociais e na web.

Pesquisamos os serviços oferecidos e, exceção feita aos museus de clubes e ao Maracanã, as demais atividades são realizadas a partir do interesse da prática esportiva considerada de lazer, o que pode caracterizar o perfil de um grupo etário mais jovem ou relacionado ao estilo de vida mais saudável e ativo.

Nas próximas páginas são apresentadas e analisadas as empresas, suas prestações de serviços, valores e características dessas práticas esportivas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apresentamos o quadro de prestação de serviços que foi construído a partir das palavras-chave descritas na seção metodologia. Grande parte do que foi encontrado na rede estava nos idiomas português, inglês e espanhol, bem como os valores cobrados eram diferentes nas moedas real, dólar e euro. Optou-se por manter os valores na moeda nacional, visto que há flutuação no câmbio. Essas atividades são encontradas em vários

sítios de viagens, onde há também variação nos valores. Foi mantido no quadro o menor valor encontrado.

A escolha das empresas foi totalmente aleatória na rede, sem intenção de preterir ou dar destaque a nenhuma delas. Não há também nenhum objetivo de divulgação comercial, apenas se busca verificar quais serviços estão sendo oferecidos, seus endereços, valor praticado e informações encontradas em suas páginas.

Ao se pesquisar os esportes e encontrar as empresas, se constatou que muitas delas fazem mais de um serviço esportivo. Assim, empresas que oferecem passeios de canoa havaiana também oferecem também *stand up paddle*, por exemplo. Empresas que oferecem trilhas também oferecem atividades de montanhismo e escalada em pedra. E assim sucessivamente.

Quadro 2 - Alguns Prestadores de Serviços em Turismo Esportivo

(Continua)

Empresa	Local	Valor	Características da atividade
Rio Centro de Voo Livre	São Conrado	R\$850,00 asa delta R\$ 900,00 parapente	30 mil voos anualmente 140 instrutores habilitados
Remada do Amanhecer – Stand up Paddle	Praia de Copacabana Altura do Posto 6	R\$ 150,00	Mais de 2.000 clientes
Bravus Va'a	Avenida Prefeito Dulcídio Cardoso, 406	R\$120,00	Remadas no horário do nascer do sol
Trilhas do Rio de Janeiro	Pedra do Telégrafo	R\$150,00	Fazem deslocamentos dos hotéis para o ponto de encontro em Barra de Guaratiba
Rio Running Tour	Centro Histórico/Zona Sul da Cidade	R\$450,00 para até 2 pessoas	Corridas e caminhadas para os que querem conhecer a cidade em turismo ativo
CT Leme Vôlei de Praia	Praia do Leme Altura do Posto 1	R\$90,00	Aula com 1 hora de duração
Atytude Futevôlei	Praia de São Conrado – em frente ao Hotel Nacional	R\$60,00	Aula com 1 hora de duração
Escola GA Beach Tennis	Praia do Flamengo Altura do Posto 2	R\$200,00	Aula com 1 hora e meia de duração

Rent a Bike	Copacabana Rua Xavier Silveira	R\$ 50,00 por dia	Aluguel por hora ou dia
Aula de Altinha Travel Studio	Praia de Ipanema	R\$ 254,00	Aula com 1 hora e meia de duração
Rio Natural	Escalada em Rochas no Parque da Urca	R\$ 550,00	Inclui equipamentos como cordas e capacete
Arpex Surf School	Arpoador	R\$ 550,00	Inclui equipamentos como prancha, blusa apropriada e corda de segurança
Tour Maracanã	Avenida Rei Pelé s/n	R\$ 84,00	A visitação tem duração média de 60 minutos
Ida ao Maracanã para assistir uma partida de futebol	Avenida Rei Pelé s/n	R\$ 150,00	Jogos de campeonatos regionais e nacionais
Museu Olímpico	Avenida Embaixador Abelardo Bueno	R\$ 40,00	A visitação tem duração média de 60 minutos
Museu do CR Flamengo	Avenida Borges de Medeiros, 997	R\$ 90,00	A visitação tem duração média de 60 minutos
Museu do Fluminense Football Club	Rua Álvaro Chaves, 41	R\$ 50,00	A visitação tem duração média de 60 minutos
Museu do CR Vasco da Gama	Avenida Roberto Dinamite, 10	R\$ 70,00	A visitação tem duração média de 90 minutos
Ida à São Januário para assistir uma partida de futebol	Avenida Roberto Dinamite, 10	R\$ 120,00	Jogos de campeonatos regionais e nacionais onde o referido clube tem o mando de campo

Fonte: Elaborado pelo autor.

As atividades relacionadas acima fazem referência ao interesse turístico que parece estar consolidado. Elas acontecem rotineiramente, e parecem não diferenciar de

outras cidades pelo mundo, conforme literatura da área (Drakakis; Padaskalopoulos, 2014).

Assim como esqui, jogar golfe ou assistir uma partida de basquete são capazes da lembrança de determinados países e suas respectivas cidades ao redor do mundo, o Rio de Janeiro tem potencial para oferecer uma variedade interessante de atividades relacionadas à cultura esportiva. O quadro acima mostra as diferentes formas de assistir, competir ou praticar uma modalidade.

Uma das características desses serviços é que eles estão localizados, na maioria das vezes, na Zona Sul da Cidade. Isso reflete a ocupação turística da cidade, que está concentrada majoritariamente nessa região, bem como os demais serviços turísticos, entre eles os de hotelaria, gastronomia e sistemas de informação, conforme se pode observar no Anuário do Turismo Carioca da cidade (SMTUR/Rio, 2024).

Conforme se observa nos valores praticados, há uma variação que implica no uso ou não de materiais, duração das atividades e orientação de mão de obra qualificada. O cardápio é variado e reflete o estado da oferta e da procura, em uma cidade onde um dos pontos de referência para o desenvolvimento de pequenos empreendimentos é a denominada economia da praia e seu entorno (Souza; Lage, 2008).

A prestação de serviços dessas empresas relacionadas ao turismo esportivo é formada por uma cadeia que estimula a compra, venda e produção de materiais que se estendem para outras regiões e provavelmente estão longe das áreas turísticas da cidade.

Outra característica desse segmento é que ele parece se movimentar a partir dos pequenos negócios, ou seja, de um caráter eminentemente empreendedor. Um estudo sobre as assessorias esportivas das praias mapeada por Ribeiro, Telles, Cavalcante e Delgado (2019) analisou os dados socioeconômicos dos empreendedores esportivos que estão em nessas áreas públicas da cidade do Rio de Janeiro. Tal pesquisa pode ajudar a compreender quais fatores são importantes quando os gestores dessas empresas de turismo esportivo decidem implementar, ou incrementar a prestação de serviços do segmento ora em tela.

A pesquisa não tem a intenção de esgotar as opções que existem em relação ao turismo esportivo. Há outras modalidades relacionadas a esse segmento que podem ser incluídas no rol de ofertas, desde que um novo esporte passe a ser praticado e se espalhe pela cidade. Isso significa que mais opções podem ser disponibilizadas por essas mesmas empresas, ou por outras com características próximas de localização e valores. Afinal, a cada verão, novas práticas surgem, e novos hábitos são incorporados à rotina da cidade.

For assim desde o surgimento do vôlei de praia, depois o futevôlei e mais recentemente o beach tennis. E se essas atividades se espalham pela orla, os turistas podem ser estimulados a praticá-las.

5 CONCLUSÕES

Analisar a contribuição socioeconômica do turismo esportivo foi o objetivo dessa pesquisa. Foram apresentadas algumas empresas, sua localização, valores cobrados e características das atividades. A intenção do estudo é dedicar atenção aos prestadores de serviços, bem como o potencial de geração de emprego e renda para o Estado do Rio de Janeiro. Enquanto essas cadeias produtivas do setor não forem estudadas e devidamente compreendidas, pouco pode ser feito para alavancar esse segmento do turismo.

Há um considerável potencial para que os atendimentos dessas atividades econômicas sejam adequadamente estudados. Para isso, é preciso entender as necessidades do setor, bem como incentivar a capacitação e treinamento dos empreendedores envolvidos. Os desdobramentos desse estudo são a possibilidade investigar o perfil socioeconômico dos gestores dessas empresas, o perfil dos seus clientes, bem como mapear essas atividades espalhadas nas cidades que formam o Grande Rio, e em outras cidades do interior do Estado do Rio de Janeiro.

Uma das formas de aumentar a publicidade dessas atividades é a realização de pesquisas como essa. Fazer com que a área acadêmica ofereça dados e análise com as características do setor.

Outra é apresentar esses serviços do turismo esportivo à rede hoteleira e ao setor público através de reuniões periódicas e encontros. Unir e apresentar trocas de experiências. Quer-se com isso a melhoria da qualidade dessa prestação de serviços.

Além dessas duas acima, incentivar que os guias de turismo na cidade sejam apresentados ao potencial econômico e social do turismo esportivo. Conforme apresentado na introdução da pesquisa, parte da justificativa da pesquisa está referenda pela experiência de um dos autores, que é criador do curso de Condutor de Turismo esportivo da Rede Faetec. Ao longo do tempo se percebeu que os profissionais do turismo desconhecem, ou pouco reconhecem a capacidade de oferecer os serviços relacionados ao setor. É preciso estimulá-los nesse tipo de capacitação.

O turismo esportivo pode ser mais um fator de escolha, quando os turistas pensam em visitar e comprar um pacote de viagem com destino a cidade e o estado do Rio de Janeiro. Estudá-lo é uma forma de apresentar aos setores envolvidos formas de atender melhor, gerando oportunidades empreendedoras e renda a toda essa cadeia produtiva.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, E.; BÁRCIA, L. Turismo esportivo: jogos universitários na cidade de Vassouras-RJ. **TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible**, v.11, n. 24, p. 17, 2018.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Revista Tendências do Turismo 2025**. 6º edição. Brasília, 2025.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1992.
- BUCKLEY, R.; UVINHA, R. **Turismo de Aventura: gestão e atuação profissional**. Rio de Janeiro-RJ: Editora Campus, 2011.
- CAMPOS, J.; PEREIRA, J.; GOMES, C. Lazer massificado: os efeitos negativos do turismo induzido pelo audiovisual na praia de Maya Bay. (2025). **Revista Brasileira de Estudos Do Lazer**, 11(02), 71-91, 2025.
- CARVALHO, P.; LOURENÇO, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, 9 (2), 122-132.
- DRAKAKIS, P.; PAPADASKALOPOULOS, A. Economic contribution of active sport tourism: The case of four sport activities in Messinia, Greece. **Journal of Sport & Tourism**, v.19, n.3-4, p.199-231, 2014.
- GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2021.
- HIGHAM, J.; HINCH, T. Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. **Tourism Management**, v. 23, n. 2, p. 175-185, 2002.
- HORTENCIO, J. Turismo de futebol: uma revisão sistemática da literatura. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, Turismo de futebol: (uma revisão sistemática da literatura)**. São Paulo, 11(3), 581-604. 2022.
- LUCENA, F.; CUNHA, A.; SILVA, L. Posição-sujeito e discurso do cotidiano em publiposts de viagem e turismo no Instagram. **Revista Ibero-Americana De Humanidades, Ciências E Educação**, 9 (8), 1884–1900, 2023.

MELO, V. **Cidadesportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará / Faperj, 2001.

MELO, V. **Esporte e Lazer: conceitos**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2010.

MOYANO, C. A. M.; LENGLER, J. F. B.; ANGNES, D. L. Fatores de motivação dos jovens brasileiros para viagens turísticas internacionais: o caso da Nova Zelândia. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 9-24, ago. 2017.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Observatório do Turismo**. Anuário do Turismo Carioca 2024. siurb.rio.gov.br/portal/sharing/rest/content/items/f68fcb84e3824c1cb6e71c5a0d75c994/data.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Prefeitura lança o calendário esportivo da cidade**. prefeitura.rio.gov.br/esporte/prefeitura-do-rio-lanca-calendario-esportivo-oficial-da-cidade. Acesso em 27 jul. 25.

RIBEIRO, C. Relatos de experiência docente no curso de Conductor de Turismo Esportivo da Faetec/RJ: empregabilidade e inclusão social. **Revista Educação Pública**, Rio de Janeiro, v. 23, nº 46, 28 de novembro de 2023.

RIBEIRO, C. **Quando a Extensão Universitária debate temas emergentes: o caso do Turismo Esportivo**. *Revista Extensão & Sociedade*, [S. l.], v. 12, n. 1, 2021.

RIBEIRO, C.; Telles, S.; Cavalcante, E.; Delgado, H. Assessorias esportivas em áreas públicas da Cidade do Rio de Janeiro: perfil socioeconômico dos gestores e oportunidades empreendedoras. **Podium, Sport, Leisure and Tourism Review**, 7(1) 46-63, 2018.

SOUZA, R.; LAGE, V. **A Economia de Praia**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. Brasília, 2008.

WEED, M.; BULL, C. **Sports tourism: Participants, policy & providers**. Oxford: Elsevier, 2004.

O artigo assinado é de inteira responsabilidade dos autores, bem como no que se refere ao uso de imagens.