



UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS – UFNT

CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA

CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

LUCAS SHAKESPEARE SIQUEIRA NEPOMUCENO

**TURISMO DE EVENTOS EM ARAGUAÍNA, TOCANTINS: ANÁLISE RECENTE E
PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES LOCAIS**

Araguaína - TO
2025

LUCAS SHAKESPEARE SIQUEIRA NEPOMUCENO

**TURISMO DE EVENTOS EM ARAGUAÍNA, TOCANTINS: ANÁLISE RECENTE E
PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES LOCAIS**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Universidade Federal do
Norte do Tocantins, como parte dos
requisitos necessários à obtenção do título
de turismólogo.

Orientador: Prof. Dr. Filipe Vieira de
Oliveira

Araguaína - TO
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Geração de Ficha Catalográfica SGFC-UFNT

Gerado automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S615t SIQUEIRA NEPOMUCENO, LUCAS SHAKESPEARE.
TURISMO DE EVENTOS EM ARAGUAÍNA, TOCANTINS:
ANÁLISE RECENTE E PERCEPÇÃO DOS
EMPREENDEDORES LOCAIS / LUCAS SHAKESPEARE
SIQUEIRA NEPOMUCENO. - Centro de Ciências Integradas -
CCI, TO, 2025.
39 f.

Artigo de Graduação (Graduação - em Gestão de Turismo)
-- Universidade Federal do Norte do Tocantins, 2025.

Orientador: FILIPE VIEIRA DE OLIVEIRA.

1. Turismo de evento. 2. Desenvolvimento Local. 3.
Araguaína.

CDD 338.47

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

TURISMO DE EVENTOS EM ARAGUAÍNA, TOCANTINS: ANÁLISE RECENTE E PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES LOCAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), curso de Turismo avaliado para a obtenção do título de turismólogo e aprovada em sua forma final pelo orientador e pela banca examinadora.

Data de aprovação: 04/12/2025

Banca Examinadora



Documento assinado digitalmente
FILIPE VIEIRA DE OLIVEIRA
Data: 04/02/2025 07:56:37-0300
Verifique em <https://validar.fb.gov.br>

Prof. Dr. Filipe Vieira de Oliveira (UFNT)
Orientador



Documento assinado digitalmente
STEPHANNI GABRIELA SILVA SUDRÉ
Data: 09/12/2025 09:42:41-0300
Verifique em <https://validar.fb.gov.br>

Profa. Dra. Stephanni Gabriela da Silva Sudré (UFNT)



Documento assinado digitalmente
IVANISE BORGES SOUZA
Data: 18/12/2025 09:34:31-0300
Verifique em <https://validar.fb.gov.br>

Profa. Dra. Ivanise Borges Souza (UFNT)

RESUMO

Nas últimas décadas, o turismo de eventos tem se destacado como um dos segmentos mais dinâmicos do setor turístico, atraindo visitantes ao longo de todo o ano, fortalecendo a imagem dos destinos e impulsionando setores da economia local, como hospedagem, alimentação, transporte e serviços especializados. o objetivo desse trabalho é analisar o Turismo de Eventos na cidade de Araguaína na percepção de empreendedores do turismo. A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa e bibliográfica, pois busca compreender percepções, significados e interpretações atribuídas pelos empreendedores ao turismo de eventos em Araguaína. Para a

obtenção de dados empíricos, foram empregados questionários abertos, o que possibilitou aos participantes compartilharem suas opiniões, experiências e percepções de maneira livre, sem restrições de opções previamente definidas. A pesquisa revelou que Araguaína apresenta um grande potencial para se firmar como um centro regional de eventos, favorecida pela sua rica diversidade cultural, pela sua importância econômica no norte do Tocantins e pela gama de atividades que fazem parte de seu calendário anual. De modo geral, observa-se que o turismo de eventos em Araguaína já apresenta bases consolidadas, mas ainda depende de ações estratégicas que garantam crescimento sustentável e contínuo. Assim, o estudo contribui para ampliar a compreensão sobre as potencialidades e limitações do setor, oferecendo subsídios para futuras iniciativas de planejamento turístico e para políticas públicas que possam aprimorar o cenário atual e impulsionar o desenvolvimento regional.

Palavras-Chave: Turismo de evento. Desenvolvimento Local. Araguaína.

ABSTRACT

In recent decades, event tourism has stood out as one of the most dynamic segments of the tourism sector, attracting visitors throughout the year, strengthening the image of destinations, and boosting local economic sectors such as accommodation, food services, transportation, and specialized services. The objective of this study is to analyze Event Tourism in the city of Araguaína from the perspective of tourism entrepreneurs. This research is characterized as qualitative and bibliographic, as it seeks to understand the perceptions, meanings, and interpretations attributed by

entrepreneurs to event tourism in Araguaína. To obtain empirical data, open-ended questionnaires were employed, allowing participants to share their opinions, experiences, and perceptions freely, without restrictions imposed by predefined options. The research revealed that Araguaína has great potential to establish itself as a regional center for events, favored by its rich cultural diversity, its economic importance in northern Tocantins, and the range of activities included in its annual calendar. Overall, it is observed that event tourism in Araguaína already has a consolidated foundation but still depends on strategic actions to ensure sustainable and continuous growth. Thus, the study contributes to a broader understanding of the sector's potential and limitations, providing support for future tourism planning initiatives and public policies that can improve the current scenario and promote regional development.

Keywords: Event tourism. Local Development. Araguaína.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	9
2.1 Contextualização geral sobre a história de Araguaína, Tocantins	9
2.2 Turismo de eventos	11
2.3 O turismo de eventos na cidade de Araguaína	14

3 METODOLOGIA	16
3.1 Tipo de Pesquisa	16
3.2 Procedimentos Metodológicos	16
3.3 Universo e Amostra da Pesquisa	17
3.4 Análise dos Dados	17
4 RESULTADOS DA PESQUISA	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
ANEXOS	31
APÊNDICES	39

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o turismo voltado para eventos tem se afirmado como um dos setores mais vibrantes da área turística, promovendo a atração de visitantes durante todo o ano, reforçando a imagem dos destinos e impulsionando diversas áreas da economia local, incluindo hospedagem, alimentação, transporte e serviços especializados. Pesquisas recentes mostram que os eventos culturais, esportivos, empresariais ou do agronegócio desempenham uma função essencial no progresso econômico e social de cidades brasileiras, especialmente em cenários que favorecem a descentralização do turismo e a ampliação da variedade de produtos turísticos disponíveis (Barcelos *et al.*, 2025).

No Brasil, o turismo de eventos é considerado uma opção significativa para impulsionar as economias urbanas, diminuir a variação sazonal na procura turística e aumentar a competitividade dos destinos em várias escalas geográficas (Oliveira *et al.*, 2017). A realização de eventos de qualidade aumenta a atratividade do local, gera empregos diretos e indiretos, e estimula a formação de redes entre diferentes setores, como o público, privado e o terceiro setor (Gaspar, 2024). Nesse contexto, é essencial entender a estrutura do setor de eventos e os efeitos que ele gera em cidades de tamanho médio, a fim de apoiar políticas públicas e decisões empresariais mais eficazes.

No contexto tocantinense, o município de Araguaína se destaca como um importante centro regional de comércio e serviços, reunindo uma gama de eventos de grande e médio porte, como a Exposição Agropecuária, a Cavalgada, o São João do Cerrado, bem como festivais culturais e competições esportivas. Esses eventos atraem visitantes de diversas regiões e dinamizam a economia da cidade (AF Notícias, 2022; Prefeitura de Araguaína, 2024). Além disso, esforços recentes em planejamento turístico têm se destinado a consolidar a imagem da cidade e a reforçar políticas públicas direcionadas ao desenvolvimento turístico e de eventos. Nesse contexto, é relevante investigar o turismo de eventos em Araguaína, analisando sua configuração atual e, principalmente, a visão dos empresários locais que atuam, de forma direta ou indireta, nesse setor, pois eles vivenciam os desafios, oportunidades e impactos gerados por essa atividade diariamente.

Nesse sentido o objetivo desse trabalho é analisar o Turismo de Eventos na cidade de Araguaína na percepção de empreendedores do turismo.

A metodologia aplicada na presente pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva uma vez que busca compreender e detalhar os aspectos relacionados ao turismo de eventos em âmbito local. A abordagem adotada foi qualitativa, permitindo uma análise aprofundada das percepções e experiências dos sujeitos envolvidos, com foco na interpretação dos significados atribuídos aos fenômenos estudados e como técnica de pesquisa foram aplicadas entrevistas com sujeitos sociais que atuam no setor de turismo no município de Araguaína.

Para a coleta de dados, foram utilizados questionários abertos, que possibilitaram aos participantes expressar livremente suas opiniões e experiências, sem restrições de alternativas pré-definidas, visando captar suas perspectivas sobre os impactos econômicos, sociais e culturais dos eventos na cidade de Araguaína. Esse conjunto de instrumentos metodológicos permitiu a construção de um panorama abrangente sobre o turismo de eventos, articulando dados empíricos e referenciais teóricos, em conformidade com os objetivos da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contextualização geral sobre a história de Araguaína, Tocantins

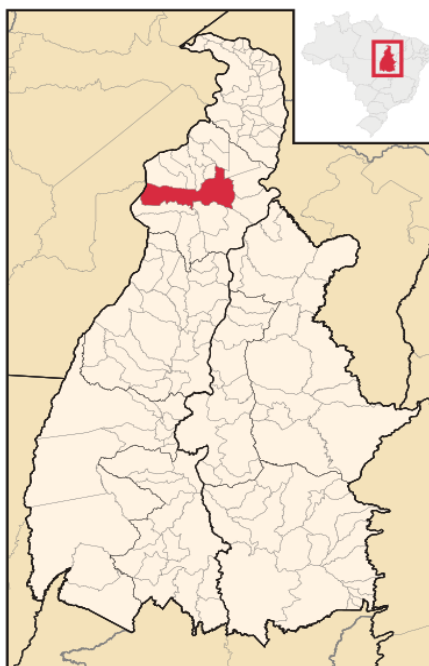
Araguaína é um município localizado na região centro-norte do estado do Tocantins. É uma localidade marcada por forte identidade cultural, crescimento econômico acelerado e apresenta papel estratégico no turismo regional, fato que tem despontado nos últimos anos devido a uma série de investimentos públicos e privados no setor. Tem uma rica história que sustenta seu crescimento como polo econômico no norte do Tocantins com destaque para a agropecuária, comércio e serviços, sendo conhecida atualmente como a capital econômica do Tocantins.

Sua história remonta ao ano de 1876, quando os primeiros colonizadores, liderados por João Batista da Silva, chegaram à margem direita do Rio Lontra, enfrentando os desafios de uma região habitada por indígenas da etnia Carajás e dominada por densas florestas.

Inicialmente, o povoado recebeu o nome curioso de “Livra-nos Deus”, refletindo o temor constante de ataques indígenas e animais selvagens. Com o tempo, passou a se chamar “Lontra”, em referência ao rio que foi essencial para o desenvolvimento local. A denominação atual, Araguaína, surgiu posteriormente, consolidando-se com a emancipação política em 14 de novembro de 1958, data que hoje é celebrada com grandes festividades.

Com uma extensão territorial de 4.004,65 km², Araguaína é banhada por importantes cursos d’água, como os rios Lontra, Andorinhas e Araguaia, além de possuir áreas com cachoeiras e lagoas que enriquecem seu potencial turístico, diante esse fato ela é uma das cidades a fazer parte do “Vale dos Grandes Rios”. A cidade se destaca como a segunda mais populosa do Tocantins, com estimativa de 183 mil habitantes em 2025, e é considerada a capital econômica do estado, devido à sua forte atuação nos setores de comércio, serviços, agropecuária e educação.

Figura 1: Localização de Araguaína no Tocantins



Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Araguaína>

Araguaína situa-se a 384 km de Palmas¹, a capital do estado, e seus limites abrangem toda a área do MATOPIBA, uma das principais zonas de expansão agrícola do Norte e Nordeste do Brasil. Por essa e outras razões, o município é visto como a

¹ ARAGUAÍNA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Araguaina>. Acesso em: 10 dez. 2025.

capital econômica do Tocantins e a capital simbólica do MATOPIBA. A cidade é também conhecida por suas belezas naturais, apresentando uma rica diversidade de flora e fauna, além de uma abundância de recursos hídricos que criam paisagens impressionantes. Sua riqueza hídrica, composta por rios, cachoeiras, córregos e ribeirões, possibilita a criação de diversos espaços recreativos em clubes e chácaras, que atraem tanto os moradores locais quanto turistas que buscam uma conexão com a natureza.

2.2 Turismo de eventos

Nas últimas décadas, o turismo de eventos firmou-se como um dos principais motores da atividade turística, desempenhando um papel fundamental na diversificação econômica, no fortalecimento da imagem dos destinos e na aceleração de serviços relacionados ao turismo. De acordo com o Ministério do Turismo (2025), esse nicho possui um elevado potencial competitivo, uma vez que atrai visitantes durante o ano todo, diminui a sazonalidade e impulsiona vários setores da economia, como hospedagem, alimentação, transporte, comércio, produção cultural e serviços técnicos especializados. O crescimento desse segmento tem sido fortalecido pela profissionalização do setor e pela expansão de políticas públicas que visam estruturar destinos preparados para receber eventos de variadas dimensões e temáticas.

Conforme apontado por Getz (2008), o turismo voltado a eventos diz respeito ao movimento de indivíduos impulsionados por acontecimentos especiais, sejam eles programados ou não, que oferecem experiências marcantes e costumam estar ligados a aspectos culturais, sociais, de entretenimento ou profissionais. Nesse contexto, os eventos se tornam fundamentais na formação da identidade de um destino, podendo afetar diretamente sua atratividade e competitividade. Oliveira e Gomes (2023) destacam que o turismo de eventos não apenas impulsiona o crescimento econômico, mas também promove a valorização das áreas locais e a revitalização de economias menores, ao facilitar a movimentação de pessoas e o consumo de produtos e serviços.

A literatura atual salienta que eventos organizados tais como congressos, feiras, festivais, convenções, encontros empresariais, competições esportivas e celebrações populares são considerados ativos turísticos significativos. De acordo com o portal Panrotas (2025), o setor de eventos corporativos e culturais tem experimentado um crescimento contínuo no Brasil, impulsionado pela ampliação de

locais dedicados e pelo interesse por experiências inovadoras. Martins e Alves (2022) também ressaltam que a administração de eventos culturais, em particular, é uma estratégia crucial para o desenvolvimento local, pois promove a integração social, proporciona visibilidade a artistas e empreendedores, e ajuda a fortalecer as redes culturais e criativas.

Além das atividades organizadas, certos eventos que ocorrem de forma espontânea ou natural como festividades culturais, celebrações espirituais ou festas locais que surgem da própria dinâmica social têm um enorme potencial para atrair turistas e reforçar a identidade da região. Nos diversos municípios do Brasil, as festas populares e tradicionais se transformam em um atrativo turístico significativo, reunindo cultura, culinária, música e espiritualidade, o que aumenta a participação da comunidade e o envolvimento dos visitantes.

No campo econômico, os eventos são considerados importantes impulsionadores para o crescimento de diferentes destinos. Eles influenciam diretamente a criação de empregos, tanto formais quanto informais, promovem o espírito empreendedor da comunidade local e elevam a circulação de dinheiro durante os dias ou semanas em que ocorrem. Segundo pesquisas de Barcelos *et al.* (2025) sobre observatórios de turismo de eventos, esse setor possui um impacto multiplicador significativo, já que cada gasto feito por um visitante em um evento provoca efeitos em cadeia que beneficiam múltiplas áreas da economia. Ademais, a realização de eventos bem planejados fortalece a imagem institucional do destino, aumentando sua notoriedade nos mercados locais, nacionais e internacionais.

Na ótica cultural, os eventos atuam como ferramentas que valorizam a identidade da localidade, favorecendo o reconhecimento das tradições, a conservação do patrimônio cultural e o vínculo entre a comunidade e os visitantes. Gaspar (2024) enfatiza, em sua pesquisa sobre a cidade de Coimbra, que esses eventos são essenciais para atrair turistas, pois promovem um ambiente de celebração, pertencimento e intercâmbio cultural, aumentando assim o apelo do destino. Igualmente, estudos realizados por Maracajá e Fraga (2023) mostram que essas atividades podem alinhar-se aos objetivos da Agenda 2030, especialmente ao serem guiadas por fundamentos de sustentabilidade, inclusão e responsabilidade social.

Os eventos, além de trazerem efeitos econômicos e culturais, têm uma significativa influência social. Eles servem como ambientes para convivência, aprendizado, interação e criação de redes sociais e profissionais. Em diversas

localidades, os eventos atuam como instrumentos para o fortalecimento da comunidade, incentivando uma maior participação dos moradores locais e gerando chances de protagonismo social, especialmente para jovens, grupos culturais, artistas, artesãos e pequenos empresários.

A crescente profissionalização do setor tem levado administradores públicos e privados a investir em infraestrutura adaptada, como centros de eventos, auditórios, arenas e espaços versáteis que podem acomodar diferentes tipos de eventos. Indústrias como a hotelaria e a gastronomia também se beneficiam dessas ações, uma vez que o turismo de eventos representa uma parte significativa da taxa de ocupação dos hotéis ao longo do ano. De acordo com estudos de Lima (2022), a qualidade dos serviços oferecidos durante os eventos impacta diretamente a percepção dos visitantes e suas chances de retornar ao local, enfatizando a importância da formação contínua dos profissionais envolvidos.

No Brasil, nota-se uma evolução na profissionalização das companhias que organizam eventos, resultando em uma maior variedade de formatos e tipos de ocasiões. O crescimento de congressos híbridos (presencial e virtual), festivais temáticos, feiras de tecnologia e eventos esportivos de médio porte tem agitado o setor, principalmente em cidades médias e áreas em crescimento. Essas ações fortalecem a competitividade dos destinos, melhoram sua visibilidade no setor turístico e incentivam uma descentralização das atividades, ajudando no progresso de regiões além dos grandes centros urbanos.

Um aspecto significativo destacado por estudos recentes é a colaboração entre o governo, o setor privado e organizações do terceiro setor na promoção de eventos sustentáveis e financeiramente viáveis. Em localidades que adotam políticas de incentivo, planejamento estratégico e têm uma governança turística eficiente, a execução de eventos costuma ser mais bem estruturada e eficaz. A criação de observatórios de turismo, conforme mencionado por Barcelos *et al.* (2025), também desempenha um papel importante no acompanhamento de dados, possibilitando uma análise mais detalhada dos impactos e apoiando o planejamento de futuras edições dos eventos.

Ademais, o progresso das tecnologias digitais tem mudado a maneira como os eventos são organizados, divulgados e experimentados. Ferramentas online, redes sociais, plataformas de gerenciamento e sistemas de feedback têm promovido uma interação mais intensa entre os participantes e os organizadores, além de facilitar o

envolvimento e a promoção dos destinos. A digitalização também amplia o alcance dos eventos, aumentando sua acessibilidade e potencializando sua visibilidade em nível global.

Desse modo, o turismo de eventos não se limita a uma simples atividade econômica, mas constitui um fenômeno social, cultural e simbólico que afeta diretamente a identidade e o progresso dos destinos turísticos. A expansão das investigações sobre essa questão, especialmente em cidades de médio porte como Araguaína, ajuda a entender melhor os efeitos, dificuldades e possibilidades desse setor, além de oferecer fundamentos para a elaboração de políticas públicas e estratégias de gestão mais eficientes.

2.3 O turismo de eventos na cidade de Araguaína

O atual cenário de eventos em Araguaína revela a diversidade cultural, social e econômica da cidade, firmando-a como um dos principais centros regionais no norte do Tocantins. As festividades religiosas, como a Via Sacra e o Araguaína para Cristo, destacam a importância da fé na vida da comunidade, reunindo milhares de pessoas e estreitando vínculos sociais. Essas comemorações evidenciam que a religiosidade continua sendo um componente fundamental da identidade local, ao mesmo tempo em que atrai visitantes e impulsiona o turismo religioso.

No âmbito cultural, iniciativas como o São João do Cerrado, realizado no Parque Urbano Cimba, as festividades do aniversário da cidade na Via Lago e o tradicional Natal Luz, também no Cimba, revelam a valorização das tradições populares e o esforço contínuo de construção de uma identidade coletiva araguainense. Esses eventos contribuem para a preservação de práticas culturais, dinamizam o turismo interno e atraem visitantes de municípios vizinhos e até de outros estados, ampliando o fluxo turístico regional.

A Cavalgada de Araguaína, considerada uma das maiores do gênero no mundo segundo seus organizadores, percorre as principais ruas da cidade e se consolida como um dos grandes marcos festivos locais. Além de promover lazer e integração entre moradores, a cavalgada funciona como instrumento de valorização da cultura rural, elemento fortemente presente na história e no desenvolvimento econômico da

região. Por isso, tem relevância tanto cultural quanto turística, gerando visibilidade e movimentando diversos setores da economia.

Do ponto de vista econômico, eventos de grande porte, como a Expoara e a feira Época (Exposição do Polo Comercial e Industrial de Araguaína), se destacam por promover expressivo desenvolvimento local e regional. A Expoara, realizada anualmente no Parque de Exposições Dair José Lourenço, entre os meses de maio e junho, fortalece o setor agropecuário e atrai milhares de visitantes. Já a ÉPOCA, em edições anteriores, movimentou cerca de R\$100 milhões em negócios, demonstrando seu impacto direto sobre o comércio e sobre a cadeia produtiva do turismo. Esses números evidenciam que os eventos desempenham papel fundamental no dinamismo econômico de Araguaína.

Comparada a outros municípios do Tocantins, Araguaína se diferencia pela amplitude e diversidade de sua agenda de eventos. Enquanto cidades de menor porte tendem a concentrar-se em festividades religiosas ou culturais específicas, Araguaína apresenta um calendário robusto e abrangente, incluindo eventos culturais, religiosos, esportivos, cívicos, comerciais e empresariais. Essa multiplicidade reforça seu papel como centro de integração regional e contribui para sua posição estratégica no cenário turístico do estado.

Todavia, alguns desafios persistem para a plena consolidação do turismo de eventos no município. Entre eles, destacam-se a necessidade de ampliação dos investimentos em infraestrutura urbana e turística, bem como a intensificação de estratégias de divulgação em âmbito nacional e internacional. A superação dessas limitações pode potencializar ainda mais o impacto dos eventos, ampliando sua capacidade de atração de visitantes e fortalecendo os setores econômico, cultural e turístico da cidade.

A análise do conjunto de eventos realizados em Araguaína ao longo de 2025 evidencia a consolidação do município como polo regional de integração cultural, religiosa, esportiva e econômica. A diversidade de atividades que vão da Via Sacra no distrito de Novo Horizonte ao Natal Luz no Parque Urbano Cimba demonstra a riqueza e a pluralidade das manifestações que compõem a identidade araguainense. Enquanto os eventos religiosos reforçam a espiritualidade comunitária, os culturais e cívicos, como o São João do Cerrado e o desfile de 7 de Setembro, fortalecem a memória coletiva e os vínculos sociais. Já os eventos econômicos, como a Expoara, reafirmam o papel estratégico de Araguaína no desenvolvimento regional.

Dessa forma, os eventos realizados em Araguaína não apenas fortalecem a identidade cultural e social da população, mas também funcionam como importantes motores de desenvolvimento econômico e turístico. Assim, a cidade se consolida como centro estratégico no Tocantins, dinamizando sua economia, ampliando sua visibilidade e fortalecendo seu papel no turismo regional.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa e bibliográfica, pois busca compreender percepções, significados e interpretações atribuídas pelos empreendedores ao turismo de eventos em Araguaína. Conforme Gil (2019), as pesquisas qualitativas proporcionam uma análise aprofundada dos fenômenos sociais, levando em conta o contexto e as experiências dos envolvidos. Por sua vez, Lakatos e Marconi (2018) destacam que a pesquisa bibliográfica oferece a fundamentação teórica essencial para interpretar os dados obtidos, assegurando uma análise com rigor científico.

3.2 Procedimentos Metodológicos

Para a obtenção de dados empíricos, foram empregados questionários abertos, o que possibilitou aos participantes compartilharem suas opiniões, experiências e percepções de maneira livre, sem restrições de opções previamente definidas. Conforme Minayo (2016), as questões abertas aumentam a capacidade de entender os discursos, permitindo uma análise mais aprofundada dos fenômenos sociais.

O instrumento foi elaborado com 12 questões abertas, abordando temas como impactos econômicos, sociais e culturais dos eventos na cidade, estrutura disponível, desafios enfrentados e potencialidades para o desenvolvimento do turismo de eventos.

3.3 Universo e Amostra da Pesquisa

A pesquisa foi realizada em empreendimentos/empreendedores do setor turístico de Araguaína, abrangendo diferentes segmentos estratégicos para compreensão do fenômeno.

Foram entrevistadas 6 empresas, distribuídas da seguinte forma:

Hotelaria: Brie Hotel, Premier Pallace e Hotel Relicário;

Ecoturismo / Turismo de Aventura: Selva Vertical;

Agências de Turismo: JV Turismo e Visite Araguaína.

Essa variedade de amostras permitiu captar visões adicionais, em concordância com a proposta de Flick (2014), que ressalta a relevância da diversidade entre os participantes para expandir a profundidade analítica em pesquisas qualitativas.

3.4 Análise dos Dados

As informações coletadas foram examinadas por meio de uma abordagem de análise de conteúdo, o que possibilitou a sistematização e interpretação das respostas com base em categorias temáticas que surgiram. De acordo com Bardin (2016), essa técnica torna possível reconhecer padrões, significados e repetições nas falas, permitindo uma compreensão mais organizada do fenômeno em estudo.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

A investigação em questão foi conduzida com empresários do setor de turismo na cidade de Araguaína–TO, focando nos ramos de hospedagem, agências de turismo e ecoturismo/adventure. Para a obtenção de informações, foram utilizados questionários semi estruturados, direcionados a comerciantes e gestores que estão na linha de frente do turismo local. Esse método possibilitou uma compreensão não apenas dos serviços disponíveis e do perfil do público atendido, mas também da visão dos próprios empreendedores sobre o turismo de eventos, suas necessidades, expectativas e os principais fatores que afetam seus negócios. A coleta de dados de questionário aberto, oferecendo uma visão abrangente e qualitativa da realidade das

empresas ligadas à atividade turística na cidade, com foco especial naquelas influenciadas pela realização de eventos.

A escolha dos participantes da entrevista focou em negócios que operam nos principais setores diretamente impactados pelo turismo de eventos incluindo hotéis, agências de turismo, empresas de ecoturismo e operadores turísticos, assegurando uma variedade de opiniões e enriquecendo a análise comparativa dos dados. Segundo Cooper *et al.* (2019), é fundamental ouvir diferentes profissionais da cadeia do turismo para entender de maneira integrada os fluxos de turistas, as necessidades de infraestrutura e os efeitos socioeconômicos que os eventos acarretam. Dessa forma, a pesquisa não só reuniu opiniões, mas também demonstrou a forma como os diferentes segmentos se relacionam e como percebem a expansão do turismo de eventos em Araguaína, sinalizando necessidades, oportunidades e possíveis direções para o fortalecimento do setor.

Foram entrevistadas 6 empresas dos seguintes segmentos. Hotelaria - Brii Hotel, Premier Pallace, Hotel Relicário. Ecoturismo / Turismo de Aventura - Selva Vertical e Agências de Turismo - JV Turismo e Visite Araguaína.

A seguir, será apresentada uma análise das principais perguntas e respostas obtidas com os entrevistados, iniciando pela questão: Quais serviços/produtos você oferece?

Hospedagens com café da manhã incluso. (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

Hospedagem (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

O hotel oferece uma variedade de serviços e produtos voltados ao conforto, à praticidade e à boa experiência dos hóspedes (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

pacotes e passagens aéreas nacionais e internacionais, pacotes rodoviários, pacotes ferroviários para o nordeste, turismo regional e fretamento de ônibus e Van. (JV, Entrevista, 2025).

Receptivo de Araguaína, transfer para aeroporto Araguaína, Palmas e Imperatriz. City tour Araguaína, viagens rodoviárias e excursão chapada das mesas, turismo pedagógico e venda de passagens aéreas. (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).

Rapel, trilha, remadas, voos de Parapente (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

A diversidade de serviços disponíveis demonstra uma estrutura turística rica em Araguaína. Conforme aponta Beni (2021), o turismo se configura como uma cadeia produtiva que abrange hospedagens, agências de viagens, transporte e atividades adicionais, conforme indicado nas entrevistas. Os hotéis se concentram principalmente no segmento de turismo corporativo e eventos, disponibilizando

serviços fundamentais, mas indispensáveis, como café da manhã, quartos confortáveis e acessibilidade.

De acordo com Petrocchi (2019), as agências atuam como intermediárias que aumentam a acessibilidade aos fluxos turísticos e estimulam a economia local. Por sua vez, os negócios voltados ao ecoturismo como a Selva Vertical constituem um segmento em crescimento, corroborando a definição de "turismo de experiência" que ganha cada vez mais interesse entre jovens e adultos em busca de experiências na natureza.

Dentro desse cenário, entender quem faz parte do público que esses negócios atendem é fundamental para reconhecer padrões de consumo e desenvolver estratégias de ação. Quem é seu público principal?

Representantes comerciais (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

Famílias e pessoas a trabalho (representantes laboratoriais) (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

Executivos e visitantes da área da saúde (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

Mulheres 18–60 anos que gostam de viajar, ter uma boa experiência, e gostam de conforto e segurança. (JV, Entrevista, 2025).

Mulheres 26–50 anos e famílias (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).

Jovens de 16 a 40 anos (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

O perfil do público revela que Araguaína possui uma significativa participação no turismo de negócios, conforme apontado por Panosso Netto (2015). Os hotéis atendem, em sua maioria, executivos, representantes de vendas e profissionais da área da saúde, refletindo diretamente a função da cidade como um centro comercial e médico na região. Por outro lado, as agências atendem grupos específicos, principalmente mulheres, o que está em consonância com pesquisas que destacam o crescimento do mercado de viagens voltado para o público feminino (IBGE, 2023; OMT, 2022), especialmente dentro do segmento de “viagens de experiência e autonomia”. O ecoturismo cativa o público jovem, corroborando a afirmação de que as experiências de aventura são predominantemente apreciadas por indivíduos entre 16 e 40 anos, que buscam emoção e conexão com o meio ambiente.

Diante da diversidade de perfis, é essencial entender quais fatores do turismo regional têm maior impacto em cada categoria de empreendimento. Essa análise possibilita examinar de que maneira os distintos segmentos do corporativo ao ambiental influenciam a demanda e orientam as abordagens empresariais. Quais atrativos e segmentos do turismo mais influenciam seu negócio?

Pecuária e agronegócio (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

Comércio local (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

*Pecuária: Araguaína é referência regional, recebendo produtores, investidores e técnicos que participam de feiras, leilões e encontros do agronegócio. Agricultura: A atividade agrícola e a presença de empresas do setor atraem consultores, representantes e profissionais para treinamentos e reuniões. Serviços e comércio: Como polo regional, a cidade concentra instituições financeiras, clínicas, universidades e empresas diversas, trazendo executivos e prestadores de serviço. Eventos e shows: A realização de shows, festivais, eventos culturais e corporativos também contribui para aumentar a demanda por hospedagem, atraindo tanto público quanto equipes de produção. Esses segmentos garantem um fluxo constante de visitantes, reforçando a importância do turismo de negócios e de eventos para o desempenho do hotel (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).
Fretamento e pacotes regionais (JV, Entrevista, 2025).
Viagem para o Litoral brasileiro (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).
Trilhas e remadas (maior demanda) (Selva Vertical, Entrevista, 2025).*

As informações indicam que os setores econômicos locais de pecuária, comércio e agricultura têm um impacto direto sobre os hotéis, apoiando a ideia de turismo corporativo abordada por Panosso Netto (2015). As agências atendem a clientes que procuram viagens de lazer, com ênfase em destinos praianos, o que está em sintonia com os estudos do MTur (2023), que identificam o litoral como o principal atrativo para viagens dentro do país. O ecoturismo se destaca, especialmente na Selva Vertical, refletindo as tendências globais apontadas pela OMT (2022) sobre a crescente demanda por experiências que sejam sustentáveis e esportivas.

Considerando esses diferentes contextos e perfis de demanda, é essencial entender de que maneira cada negócio se esforça para se diferenciar, a fim de avaliar sua competitividade no mercado turístico da região. Que estratégias você usa para se diferenciar no mercado?

*O atendimento em excelência, a qualidade dos serviços prestados e o marketing. (Brii Hotel, Entrevista, 2025).
Nosso atendimento, somos acolhedores ao receber hóspede (Premier Pallace, Entrevista, 2025).
O hotel se diferencia no mercado pela atenção aos detalhes em todos os serviços oferecidos, valorizando uma experiência acolhedora e personalizada. A hospitalidade e a receptividade são marcas centrais, fortalecendo o relacionamento com os hóspedes. Além disso, o hotel investe em conforto nas acomodações e em opções de lazer, como piscina e áreas de descanso, proporcionando bem-estar durante a estadia. Outro ponto estratégico é o bom custo-benefício, que combina qualidade, eficiência e preço justo, tornando o empreendimento mais competitivo e atraente para diferentes perfis de visitantes. (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).
marketing nas mídias sociais e parcerias com demais agências (JV, Entrevista, 2025).
presente e bem posicionada nas redes sociais para garantir segurança e confiança em meus serviços (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).
A conciliação de um esporte sempre atrelado à atividade que vai ser feita um diferencial todos praticam esportes e querem que sejam incluídos (Selva Vertical, Entrevista, 2025).*

A análise das entrevistas revela que os empreendimentos do setor turístico de Araguaína adotam estratégias de diferenciação fortemente associadas à qualidade do atendimento, ao relacionamento com o cliente e à presença digital. No segmento das agências de turismo, a ênfase recai sobre a visibilidade digital e as parcerias comerciais. No ecoturismo, a Selva Vertical adota uma estratégia distinta ao integrar práticas esportivas às experiências oferecidas. A empresa ressalta que a combinação entre esporte e atividade turística funciona como diferencial relevante, atendendo ao interesse crescente dos usuários por práticas esportivas que agreguem valor à vivência na natureza.

De modo geral, as respostas permitem observar que a diferenciação no mercado turístico local está diretamente associada a três pilares principais: (1) excelência no atendimento, predominantemente entre os hotéis; (2) presença digital e estratégias de marketing, priorizadas pelas agências; e (3) integração entre natureza, aventura e prática esportiva, característica marcante do ecoturismo. Esses achados reforçam que cada segmento estrutura sua competitividade a partir de características próprias, mas convergem na busca por valorizar a experiência do cliente como elemento central de sua identidade empresarial.

Com base nessa avaliação sobre as maneiras como cada empresa se esforça para se sobressair, é importante entender se tais estratégias de distinção também englobam a incorporação de inovações e tendências atuais, um fator essencial para manter-se atualizado com as mudanças na indústria do turismo. Já aplicou alguma inovação ou tendência recente? Quais?

Como o nosso hotel fica às margens da BR 153 e é um pouco distante de academia, restaurante e posto de combustível, o grupo K construiu uma academia completa no hotel, dispondo também de um restaurante onde a gastronomia é uma das melhores da região, posto de combustível (com conveniência, farmácia e lavanderia) ao lado. (Brii Hotel, Entrevista, 2025). Não. (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

O hotel vem adotando diversas inovações e acompanhando tendências para melhorar a experiência dos hóspedes e otimizar sua operação. Entre as principais atualizações, destacam-se: Fortalecimento da comunicação digital: o atendimento via WhatsApp foi intensificado e hoje é o principal canal de contato direto com os hóspedes, facilitando reservas, dúvidas e solicitações. Integração com plataformas profissionais: o hotel realizou cadastro na plataforma B2B, um dos principais portais utilizados por empresas e agências de turismo para efetuar reservas corporativas, ampliando a visibilidade e o alcance no mercado. Atualização tecnológica dos quartos: todas as TVs foram substituídas por modelos de última geração, oferecendo mais qualidade e variedade de entretenimento aos hóspedes. Modernização da segurança: todas as fechaduras das portas foram trocadas por modelos mais

atuais e tecnológicos, garantindo maior segurança e praticidade no acesso aos apartamentos. Essas ações reforçam o compromisso do hotel com modernidade, eficiência e melhoria contínua dos serviços. (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

Uso bastante tráfego pago no Instagram. (JV, Entrevista, 2025).

Estou aplicando uma nova tecnologia em atendimento 24h de forma humanizado pelo whatsapp, porém ainda está na fase de teste. (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).

Tráfego pago é um grande passeio do empreendedor (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

A inovação no turismo pode ocorrer em diferentes formas, incluindo tecnologia, estrutura ou administração (Hjalager, 2010). Hotéis implementam melhorias tanto em sua infraestrutura quanto em tecnologia, realizando a atualização de equipamentos e a expansão dos serviços oferecidos. Por sua vez, agências e empresas de ecoturismo estão adotando inovações digitais, com foco especial em estratégias de marketing. Isso válida a recente tendência de digitalização e automação no setor de turismo no Brasil (Kuss, 2021).

Diante desse contexto de atualização e ajuste às novas demandas do mercado, é essencial entender quais acontecimentos têm maior influência na atração de visitantes e consumidores, afetando diretamente o sucesso dos negócios da região. No seu entendimento, quais eventos atraem mais público/clientes para a cidade e para seu empreendimento?

Shows, evento beach Tennis, congressos (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

Eventos públicos, Show e congressos. (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

Mesmo com boa ocupação durante todo o ano, os eventos realizados em Araguaína aumentam a demanda por hospedagem. Os que mais trazem público são: Eventos corporativos e empresariais, como congressos, reuniões e treinamentos. Feiras e atividades do agronegócio, especialmente as ligadas à pecuária e agricultura. Shows e eventos culturais, que movimentam visitantes de toda a região. Eventos acadêmicos, promovidos por universidades e instituições locais. Esses eventos ampliam o fluxo de visitantes e impactam positivamente o movimento do hotel. (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

Araguaína recebe um fluxo constante de visitantes devido à sua força econômica e cultural, mas os eventos que envolvem tradição, agronegócio, religião, esporte e educação são os que mais geram oportunidades para o turismo e fortalecem diretamente o trabalho da JV Turismo. (JV, Entrevista, 2025).

Araguaína precisa de mais eventos corporativos, pois esse público é meu alvo para a rota do Vale dos Grandes Rios. (Visite Araguaína, Entrevista, 2025). Redundante (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

As entrevistas revelam que os eventos desempenham um papel significativo no fluxo de turismo em Araguaína, especialmente no que diz respeito à hotelaria. Essa realidade é corroborada pela literatura sobre eventos e turismo, que indica que

eventos culturais, empresariais e esportivos atuam como ferramentas estratégicas para atrair turistas, impulsionar a economia local e utilizar a infraestrutura turística de maneira contínua. Getz (2008), um especialista renomado em turismo de eventos, destaca que tais eventos são capazes de gerar atratividade em diferentes épocas, mobilizar grandes públicos e incentivar o consumo de serviços turísticos, o que justifica a importância desse fator nas respostas obtidas de hotéis entrevistados. Da mesma forma, Beni (2021) observa que eventos corporativos e feiras de negócios são essenciais para o dinamismo da hotelaria em cidades médias do Brasil, atraindo um público consistente e com elevado potencial de consumo.

Nos setores de agências e ecoturismo, as percepções reforçam a relevância dos eventos como impulsionadores do turismo local. A JV Turismo enfatiza o papel de eventos tradicionais, religiosos, esportivos e educacionais como fontes de oportunidades para a venda de pacotes e serviços. Por sua vez, a Visite Araguaína destaca a importância de ampliar o número de eventos corporativos, visto que esse público é fundamental para suas rotas especializadas. Esses pontos de vista estão em consonância com as análises de Panosso Netto e Ansarah (2015), que argumentam que o turismo de eventos diversifica a oferta turística e cria oportunidades para nichos específicos, como ecoturismo, turismo religioso e turismo esportivo. Além disso, Fragelli (2018) aponta que eventos bem organizados aumentam a visibilidade da cidade e provocam efeitos positivos em toda a cadeia produtiva do turismo, incentivando desde o transporte até a comercialização de pacotes especializados. Desse modo, as respostas dos negócios demonstram um alinhamento com a teoria ao reconhecer que os eventos não só atraem visitantes, mas também fortalecem o posicionamento competitivo de cada segmento turístico na cidade.

Diante dessa percepção sobre o papel estratégico dos eventos para o fluxo de visitantes e para a economia local, torna-se essencial compreender como os próprios empreendedores avaliam o cenário atual desse tipo de turismo no município. Como você avalia o turismo de eventos na cidade de Araguaína?

Ao meu ver Araguaína é uma cidade pouco desenvolvida em relação ao turismo de lazer (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

Bom (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

O turismo de eventos em Araguaína apresenta bom potencial, mas ainda pode ser mais explorado. A cidade possui condições para ampliar o número de eventos e diversificar as atividades oferecidas, o que contribuiria para atrair um público maior e movimentar de forma mais intensa o comércio local. Com maior investimento, organização e promoção, o turismo de eventos pode

se tornar uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico para a região. (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

Bom está começando agora já está acontecendo alguns eventos na cidade para mim até o momento não tive nenhuma influência ou benefício para a agência. (JV, Entrevista, 2025).

eventos ainda baixos precisam ser mais explorados. (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).

Araguaína voltada para o turismo de eventos e negócios é uma grande oportunidade para os outros segmentos do setor (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

A visão dos empresários corrobora as evidências apresentadas por pesquisas sobre cidades de médio porte no Brasil (Gândara e Mascarenhas, 2021) o turismo voltado para eventos está presente, mas sua efetividade está ligada a uma gestão adequada, à elaboração de um calendário e à realização de investimentos, aspectos que, segundo os entrevistados, ainda se mostram instáveis. Araguaína possui um potencial ainda a ser desenvolvido, requerendo melhorias em infraestrutura, promoção e gestão do turismo. Com base nessa avaliação, é relevante intensificar a investigação sobre quais fatores, segundo a visão dos próprios empresários, precisam ser melhorados para promover o avanço desse setor. O que você acha que precisa melhorar no segmento de eventos na cidade de Araguaína?

Hoje temos espaços para tal, como o centro de convenções criado a pouco tempo, porém falta investimento para os eventos, como carnaval e etc... (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

Potencial grande: Araguaína parece ter bastante potencial para crescer no segmento de eventos, especialmente porque já está se estruturando como destino turístico no mapa nacional. Necessidade de articulação: Para que esse potencial se concretize, é essencial uma articulação forte entre poder público, iniciativa privada e comunidade, com políticas claras e participação ativa. Investimento estratégico: Não basta só organizar eventos é preciso pensar no longo prazo: qual modelo de eventos queremos (culturais, de negócios, ecoturismo), como isso se conecta ao turismo, e como gerar benefícios econômicos para a cidade (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

É necessário ampliar e qualificar os investimentos em eventos na cidade. Araguaína tem potencial para receber uma programação mais robusta e diversificada, incluindo feiras culturais, shows, festivais temáticos, eventos esportivos e encontros empresariais. A expansão desse calendário contribuiria para atrair novos públicos, fortalecer o turismo de eventos e gerar maior movimentação econômica para toda a cadeia produtiva como hotelaria, gastronomia, comércio e serviços. Além disso, um planejamento mais estratégico e contínuo ajudaria a consolidar Araguaína como referência regional em eventos de médio e grande porte (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

Creio que hotéis para receber, e infraestrutura em restaurantes e estacionamento (JV, Entrevista, 2025).

Precisa de novidades e mais atrações de nome e que a população seja mais ouvida para sugestões do que precisam de eventos na cidade (Visite Araguaína, Entrevista, 2025).

Organização e formalização do Trade turístico para que todos os setores possam operar em conjunto nos eventos (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

As respostas mostram que Araguaína possui potencial para se consolidar como destino de eventos, mas ainda enfrenta limitações estruturais e de planejamento. Os entrevistados destacam a falta de investimentos contínuos, apesar da existência de espaços como o centro de convenções. Essa percepção reflete o que Getz (2008) afirma: a infraestrutura, por si só, não garante o sucesso de um destino é necessário planejamento estratégico e políticas permanentes.

Outro ponto destacado é a necessidade de maior articulação entre poder público, trade turístico e comunidade, como mencionam Premier Pallace e Selva Vertical. Essa visão está alinhada à Beni (2021), que defende que a governança integrada aumenta a competitividade dos destinos e fortalece a atividade turística.

Também surgem demandas por melhorias na infraestrutura urbana e na oferta de serviços, como mais hotéis, restaurantes capacitados e estacionamento, conforme citado pela JV Turismo. Hall (2019) reforça que destinos de eventos precisam de infraestrutura adequada para comportar grandes fluxos de visitantes. Além disso, a necessidade de ampliar o calendário com atrações relevantes, citada pela Visite Araguaína, dialoga com Panosso Netto e Ansarah (2015), que defendem que eventos diversificados aumentam a atratividade turística e movimentam a economia local. Assim, a análise indica que Araguaína deve investir em planejamento, integração institucional e qualificação da infraestrutura para fortalecer o segmento de eventos.

Esse entendimento se conecta diretamente às respostas da questão, há algo mais que gostaria de acrescentar sobre o turismo de eventos em Araguaína?

Tudo o que nos compete em relação ao turismo de eventos foi mencionado acima. (Brii Hotel, Entrevista, 2025).

não. (Premier Pallace, Entrevista, 2025).

Araguaína tem grande potencial para se tornar um polo regional de eventos, mas ainda precisa de alguns avanços estratégicos: Criar um calendário anual oficial de eventos, bem divulgado, para atrair turistas e organizar o setor. Fortalecer a identidade cultural, com festivais gastronômicos, musicais e eventos que valorizem a cultura tocantinense. Integrar mais os hotéis e a rede de eventos, oferecendo pacotes completos e parcerias com organizadores. Profissionalizar produtoras e fornecedores locais, elevando a qualidade da entrega. Aproveitar nichos fortes, como saúde e agro, para congressos e feiras especializadas. Explorar eventos ao ar livre e esportivos, aproveitando os cenários naturais da região. Criar uma estratégia unificada, envolvendo

poder público, iniciativa privada e entidades do turismo. Esses pontos podem transformar Araguaína em uma referência consolidada no turismo de eventos. (Hotel Relicário, Entrevista, 2025).

não. (JV, Entrevista, 2025).

Sim, Araguaína é grande o suficiente em população para ter uma secretária de Turismo que possa nos dar suporte e nos auxiliar em estrutura para trazer mais atrativos, eventos e divulgar mais do turismo da cidade como rota Vale dos Grandes Rios, pois temos potencial (Visite Araguaína, Entrevista, 2025). Não respondeu (Selva Vertical, Entrevista, 2025).

As respostas destacam duas tendências distintas entre os empreendedores: enquanto um grupo acredita não ter contribuições a oferecer, outro identifica elementos fundamentais que devem ser aprimorados para que Araguaína evolua no setor de turismo de eventos. Essa variação de percepções já sinaliza um desafio, uma vez que, conforme menciona Hall (2019), o progresso no turismo depende do alinhamento entre os participantes, e a dispersão de opiniões pode restringir o planejamento estratégico do destino.

Os empreendedores que ofereceram sugestões mais elaboradas, como o Hotel Relicário e a Visite Araguaína, ressaltam a importância de um calendário oficial, o fortalecimento da identidade cultural, a profissionalização do setor e a implementação de uma estratégia integrada. Essas propostas estão alinhadas com as observações de Getz (2008), que afirma que destinos de eventos que têm sucesso estabelecem um planejamento contínuo, promovem a integração entre as instituições e focam na competitividade. Ademais, a solicitação por uma Secretaria Municipal de Turismo evidencia a relevância da gestão pública, como argumentam Beni (2021) e Panosso Netto (2015), que ressaltam que a colaboração entre o governo, o setor privado e a comunidade são fundamentais para o desenvolvimento de destinos em crescimento.

A análise demonstra que, embora exista um acordo sobre a capacidade de Araguaína para se tornar um centro de eventos, há uma ausência de coordenação entre os órgãos governamentais, falta de um planejamento eficaz e de uma administração unificada que permita a conversão desse potencial em resultados reais. Os participantes mais envolvidos trazem sugestões precisas, sublinhando que o desenvolvimento do turismo de eventos está condicionado a decisões estratégicas e à colaboração entre os envolvidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A finalidade deste estudo foi investigar o turismo de eventos na cidade de Araguaína, considerando a visão de empreendedores do setor turístico, com o intuito de entender como diferentes áreas percebem a influência dos eventos na economia e na cultura local. A pesquisa revelou que Araguaína apresenta um grande potencial para se firmar como um centro regional de eventos, favorecida pela sua rica diversidade cultural, pela sua importância econômica no norte do Tocantins e pela gama de atividades que fazem parte de seu calendário anual.

Os empreendedores entrevistados reconhecem que os eventos realizados na cidade movimentam a cadeia produtiva do turismo, gerando oportunidades para hotéis, agências de viagens, empresas de ecoturismo e demais serviços associados. As respostas demonstram que os segmentos percebem os eventos como instrumentos de desenvolvimento econômico, fortalecimento da identidade local e atração de visitantes de diferentes regiões. No entanto, também ressaltam desafios importantes, como a necessidade de maior planejamento, ampliação da infraestrutura, criação de um calendário oficial robusto e maior integração entre poder público e iniciativa privada.

De modo geral, observa-se que o turismo de eventos em Araguaína já apresenta bases consolidadas, mas ainda depende de ações estratégicas que garantam crescimento sustentável e contínuo. A organização do *trade* turístico, o investimento em inovação e a valorização da cultura local surgem como elementos essenciais para fortalecer o posicionamento da cidade como destino de eventos. Assim, o estudo contribui para ampliar a compreensão sobre as potencialidades e limitações do setor, oferecendo subsídios para futuras iniciativas de planejamento turístico e para políticas públicas que possam aprimorar o cenário atual e impulsionar o desenvolvimento regional.

6 REFERÊNCIAS

AF Notícias. **Mapa de Turismo de Araguaína detalha todos os atrativos, eventos, bares e restaurantes.** AF Notícias, 24 mar. 2022. Disponível em: <https://afnoticias.com.br/estado/mapa-de-turismo-de-araguaina-detalha-todos-os-atrativos-eventos-bares-e-restaurantes>. Acesso em: 16 nov. 2025.

BARCELOS, Janinne; SERRA, Ewander Nunes; MALDONADO, Claudia; SOUZA, Marcel Garcia de. **Observatório de turismo de eventos “Destino Brasil”:** concepção, desenvolvimento e implementação. In: MACÊDO, Diego José; CONEGLIAN, Caio Saraiva (org.). *Estudos em observatórios: conceitos, modelo e aplicações*. Brasília, DF: Editora Ibict, 2025. cap. 11, p. 2012-221. DOI: 10.22477/9788570131973.cap11.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: SENAC, 2021.

BRASIL. **Ministério do Turismo. Turismo de Eventos no Brasil: Panorama e Diretrizes 2025**. Brasília: MTur, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>. Acesso em: 30 nov. 2025.

COOPER, C.; GOMEZ, M.; EVANS, B.; et al. **Tourism: Principles and Practice**. 6. ed. Harlow: Pearson, 2019.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

FRAGELLI, C. **Psicossociologia do Turismo: interpretando um fenômeno em constelação**. (Tese de Doutorado), Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social do Programa EICOS/UFRJ. Rio de Janeiro, 2018.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; MASCARENHAS, Renata G. **Turismo e cidades: tendências contemporâneas**. Curitiba: Editora UFPR, 2021.

GASPAR, Cecília Isabel Peça. **A Relevância do Turismo de Eventos para a Atratividade do Destino Coimbra – Estudo de Caso do DSOTT’23**. 2024. Dissertação (Mestrado) — Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2024. Disponível em: https://estudogeral.uc.pt/retrieve/275778/Cec%C3%ADliaGaspar_Versaofinal.pdf . Acesso em: 15 nov. 2025.

GETZ, D. (2008). **Turismo de eventos: definição, evolução e pesquisa**. *Tourism Management*, 29 (3): 403–428. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707001719>. Acesso em 18 de novembro de 2025.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HALL, C. M. **Hallmark Tourist Events: The Impacts, Management, and Planning of Event Tourism**. London: Belhaven Press, 2019.

HJALAGER, A.-M. **A review of innovation research in tourism**. *Tourism Management*, v. 31, n. 1, p. 1–12, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>. Acesso em: 18 nov. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Turismo 2020-2023**. Rio de

Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em:

https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/19a73af622fffc871865a76dd0c57ae4.pdf. Acesso em: 18 nov. 2025.

KUSS, A. C. (2021). **Megatendências E Transformação Digital No Turismo: No Contexto De Agências De Viagem**. (Trabalho de Conclusão de Curso não publicado). Setor de Humanas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. <https://doi.org/10.17143/ciaed/xxiiciaed.2016.00299>.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

LIMA, Marília Cláudia Oliveira Paes de. **Interface entre desenvolvimento local e atividade turística: perspectivas emergentes da produção nacional**. In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DA ANPAD – ENAPG, IX., 2022, On-line. Anais [...]. São Paulo: ANPAD, 2022. ISSN 2177-2517.

MARACAJÁ, K. F. B.; FRAGA, C. C. L. Qualidade dos serviços no turismo de eventos: um mapeamento científico através da Web of Science e Scopus. **Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 10, n. 2, p. 270-282, jan./dez. 2024. e 19167. Disponível em: <https://doi.org/10.14210/tva.v26.19167>. Acesso em: 18 nov. 2025.

MARTINS, Marlene; ALVES, Luís. **Gestão e Produção de Eventos Culturais**. Porto: Vida Económica, 2022.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2016.

OLIVEIRA, Bruna Dorabiallo; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; OLIVEIRA, Braulio. Escolha de destino para eventos: Uma análise dos atributos considerados na tomada de decisão por organizadores e promotores de eventos. **Revista de Turismo Contemporâneo**, [S. l.], v. 5, n. 1, 2017. DOI: 10.21680/2357-8211.2017v5n1ID8609. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/8609>. Acesso em: 30 nov. 2025.

OLIVEIRA, Daniel; GOMES, Bruna. **Turismo e Desenvolvimento Local: Perspectivas Contemporâneas**. Salvador: Edufba, 2023.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo: impactos, tendências e estratégias**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

PANROTAS. **Anuário de Eventos e Turismo no Brasil**. São Paulo: Panrotas, 2025. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/tudo-sobre/anuario-panrotas-de-eventos-e-viagens-corporativas-2024/>. Acesso em: 18 de novembro de 2025.

PETROCCHI, Mario. BONA, André. **Agências de turismo: Planejamento e gestão**. São Paulo: Editora Futura, 2019.

Prefeitura de Araguaína. **Turismo Araguaína — histórico, economia e dados sobre o município**. Prefeitura de Araguaína, 23 mar. 2023. Disponível em: <https://www.araguaina.to.gov.br/turismo-araguaina>. Acesso em: 21 nov. 2025.

UNWTO – **World Tourism Organization (OMT)**. *UNWTO World Tourism Barometer, November 2022*. Madrid: UNWTO, 2022. Disponível em: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/202211/UNWTO_Barom22_06_November_EXCERPT.pdf. Acesso em: 18 nov. 2025.

ANEXOS

FOTOS DOS LOCAIS DE EVENTOS COMO O CENTRO DE EVENTOS E PARQUES

Imagem 01: Parque de Exposições (EXPOARA)



Fonte: portalmediato.com

Imagem 02: Vista aérea Parque de Exposições (EXPOARA)



Fonte: portalgildabonfim.com.br

Imagem 03: Parque Cimba



Fonte: Marcos Filho e Thiago Santos / Secom Araguaína- araguaina.to.gov.br

Imagem 04: Papai Noel em Araguaína-TO



Fonte: Marcos Filho e Thiago Santos / Secom Araguaína- araguaina.to.gov.br

Imagem 05: Shows na Via Lago



Fonte: Marcos Filho e Thiago Santos / Secom Araguaína- araguaina.to.gov.br

Imagem 06: Cavalgada em Araguaína-TO



Fonte: Marcos Filho e Thiago Santos / Secom Araguaína- araguaina.to.gov.br

Imagem 07: Cavalgada em Araguaína-TO



Fonte: Imediato News portalimediato.com

Imagem 08: Cavalgada em Araguaína-TO



Fonte: Imediato News portalimediato.com

Imagem 08: Shows na Via Lago



Fonte: Marcos Filho e Thiago Santos / Secom Araguaína- araguaina.to.gov.br

Imagem 09: Shows na Via Lago



Fonte: afnoticias.com.br

Imagem 10: Shows na Via Lago



Fonte: afnoticias.com.br

Imagem 11: Shows na Via Lago



Fonte: afnoticias.com.br

Imagem 12: Shows na Via Lago



Fonte: afnoticias.com.br

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO PARA EMPREENDEDORES DO TURISMO DE ARAGUAÍNA

1. Qual o nome do seu empreendimento?
2. Qual ramo do turismo você atua?
3. Quanto tempo atua na área?
4. Quais serviços/produtos você oferece?
5. Quem é seu público principal?
6. Quais atrativos e segmentos do turismo mais influenciam seu negócio?
7. Que estratégias você usa para se diferenciar no mercado?
8. Já aplicou alguma inovação ou tendência recente? Quais?
9. No seu entendimento, quais eventos atraem mais público/clientes para a cidade e para seu empreendimento?
10. Como você avalia o turismo de eventos na cidade de Araguaína?
11. O que você acha que precisa melhorar no segmento de eventos na cidade de Araguaína?
12. Há algo mais que gostaria de acrescentar sobre o turismo de eventos em Araguaína?

Você autoriza a utilização das suas respostas para o TCC do pesquisador?

() SIM () NÃO

Após preenchimento devolver para shakespeare131196@gmail.com ou 63 992222415