

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO

JOSIANE KOSSAR

O USO DA BICICLETA NAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

PONTA GROSSA

2019

JOSIANE KOSSAR

O USO DA BICICLETA NAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado para obtenção do título de  
Bacharel em Turismo na Universidade  
Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rúbia Gisele  
Tramontin Mascarenhas

PONTA GROSSA

2019

JOSIANE KOSSAR

O USO DA BICICLETA NAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 28 de novembro de 2019.

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas – Orientadora

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Valéria de Meira Albach

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Larissa Mongrueel Martins de Lara

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Este trabalho é dedicado a todos que de alguma forma me auxiliaram nos momentos mais difíceis com muita paciência e incentivo.

Em especial à minha família que sempre me apoiou e me deu força para vencer as dificuldades durante a graduação.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores do curso de Bacharelado em Turismo da UEPG que acompanharam a minha jornada acadêmica, obrigada pela dedicação e confiança.

À Leandra Barbieri pela parceria durante a graduação e Iniciação Científica, base deste trabalho.

Ao meu companheiro, que me deu o suporte necessário nos momentos mais difíceis.

A todos que contribuíram para a conclusão deste ciclo em minha vida.

A vida é como andar de bicicleta.  
Para manter o equilíbrio é  
preciso se manter em  
movimento.

Albert Einstein

## RESUMO

O trabalho de conclusão de curso desenvolvido busca demonstrar a relação da bicicleta com a atividade turística, tendo o evento esportivo de ciclismo *Milk Race* 2019 como exemplo. Metodologicamente optou-se por uma pesquisa qualitativa em três etapas: 1ª) revisão bibliográfica; 2ª) coleta de dados documental e 3ª) análise dos dados. Na fundamentação teórica aborda-se no corpo do trabalho um breve histórico sobre a bicicleta, como é o atual cenário da bicicleta no Brasil. São trabalhados também os temas: Turismo, segmentação no Turismo, cicloturismo e eventos. A Coleta de dados se deu bibliográfica e documental. Na análise dos dados foi utilizado o estudo sobre as tendências de comportamento de consumo para o mercado (Euromonitor International), o estudo do impacto econômico da bicicleta no Brasil (Economia da Bicicleta no Brasil, LABMOB/UFRJ) e o estudo Cicloturismo Urbano em Foco (UFF/Detur), bem como os dados obtidos sobre o evento *Milk Race* 2019, que serviu de exemplo. Ao observá-lo, nota-se que a bicicleta é um motriz no desenvolvimento do turismo, assim como eventos de ciclismo potencializam a localidade onde estão sendo realizados, seja economicamente, culturalmente, divulgando o destino ou fomentando o cicloturismo e demais atrativos existentes. Com os elementos do trabalho elaborou-se uma rede conceitual interligando Bicicleta/Turismo/Eventos/Ciclismo.

**Palavras chave:** Bicicleta, Evento, Ciclismo, Turismo.

## ABSTRACT

The course completion work developed seeks to demonstrate the relationship of the bicycle with the tourist activity, taking the cycling race event Milk Race 2019 as an example. Methodologically, we opted for a qualitative research in three stages: 1st) literature review; 2nd) documentary data collection and 3rd) data analysis. In the theoretical foundation, a brief history about the bicycle is presented in the body of the work, as is the current scenario of the bicycle in Brazil. The following topics are also addressed: Tourism, Tourism segmentation, Bicycle tourism and Events. The data collection was bibliographically and documentarily. In the data analysis we used the study on consumer behavior trends for the market (Euromonitor International), the study of the economic impact of the bicycle in Brazil (Economy of the Bicycle in Brazil, LABMOB / UFRJ) and the study Urban Cycling Tourism in Focus. (UFF / Detur), as well as data obtained from the Milk Race event 2019, which served as an example. By observing it, it is noted that the bicycle is a driving force in the development of tourism, just as cycling events enhance the location where they are being held, either economically, culturally, disseminating the destination or promoting cycling tourism and other existing attractions. With the elements of the work a conceptual network was elaborated linking Bicycle / Tourism / Events / Cycling.

Keywords: Bicycle, Event, Cycling, Tourism.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Esboço de Leonardo da Vinci.....	17
Figura 2: Celerífero do conde Mede de Sivrac .....	18
Figura 3: Draisina, 1817 .....	18
Figura 4: Bicicleta de Pedal de Macmillan, c.1840. ....	19
Figura 5: Velocípede por Pierre Michaux et Cie de Paris, França, por volta de 1869. (reproduzido de e Online Bicycle Museum []) .....	19
Figura 6: <i>Big wheels bicycle</i> .....	20
Figura 7: Corrida de <i>Big wheels bicycle</i> .....	20
Figura 8: J. K . Starkley, criador da Rover, a primeira bicicleta de segurança SCIENCE & SOCIETY PICTURE LIBRARY / GETTY IMAGES .....	21
Figura 9: Projeção para produção de bicicletas em 2019.....	23
Figura 10: Perspectiva de mobilidade ideal para o ciclista na cidade .....	24
Figura 11: Incidência de impostos sobre a Bicicleta.....	25
Figura 12: Benefícios na emissão de CO2 e capacidade de transporte na via. ....	30
Figura 13: Benefícios para a saúde ao andar de bicicleta.....	31
Figura 14: Importância da bicicleta como meio de transporte.....	38
Figura 15: Componentes do Sistema de Logística em Eventos .....	43
Figura 16: Gastos estimados com acompanhantes de atletas em eventos de ciclismo45	
Figura 17: Principais números relacionados ao total movimentado pelos eventos esportivos de ciclismo no Brasil em 2016 .....	45
Figura 18: Localização do município de Palmeira no Estado do Paraná .....	50
Figura 19: Localização do município de Palmeira.....	51
Figura 20: Localização da colônia de Witmarsum no Paraná .....	51
Figura 21: Divulgação do evento .....	52
Figura 22: Trajeto percorrido no evento Milk Race 2019 .....	53
Figura 23: Milk Race 2019 Colônia Witmarsum Palmeira PR.....	54
Figura 24: Troféus para premiação .....	55
Figura 25: Camping Centro Cultural Social e Recreativo Witmarsum, local organizado para alimentação e descanso.....	55
Figura 26: Grupo musical se apresentando no evento <i>Milk Race</i> 2019.....	56
Figura 27: <i>Food Truck Der Dorf Döner</i> - Colônia Witmarsum – <i>Milk Race</i> /2019 .....	58
Figura 28: Equipe de Prudentópolis – Paraná.....	59
Figura 29: Participação de idosos no evento <i>Milk Race</i> 2019 .....	61
Figura 30: Longevidade.....	61
Figura 31: Interagindo com o meio .....	62
Figura 32: Momento <i>off line</i> .....	63
Figura 33: Rede conceitual bicicleta/turismo/evento/ciclismo .....	64

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Bicycletas: modalidades, modelos , características e indicações.....	26
Quadro 2: Comércio da bicycleta 2016 X 2019 .....	46

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	12
1.1 METODOLOGIA DA PESQUISA .....	14
<b>2 A BICICLETA E SUA EVOLUÇÃO</b> .....	17
2.1 O ATUAL CENÁRIO DA BICICLETA NO BRASIL .....	22
<b>3 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA</b> .....	33
<b>4 CICLOTURISMO</b> .....	36
<b>5 EVENTOS</b> .....	41
<b>6 EUROMONITOR INTERNATIONAL: 10 PRINCIPAIS TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO 2019</b> .....	47
<b>7 O USO DA BICICLETA EM ATIVIDADES TURÍSTICAS: FESTIVAL <i>MILK RACE</i> 2019</b> .....	50
7.1 LOCALIZAÇÃO E DESCRIÇÃO DO EVENTO .....	50
7.2 DISCUSSÃO.....	56
7.2.1 Benefícios do evento <i>Milk Race</i> para o turismo local.....	57
7.2.2 <i>Milk Race</i> 2019 e as Tendências.....	60
7.2.3 Rede conceitual formada pela bicicleta e pelo Turismo.....	64
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	67
<b>9 REFERÊNCIAS</b> .....	69

## 1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico e da internet propiciou a conexão das pessoas com os mais variados lugares do globo, exercendo influência direta no comportamento destas. No turismo a consequência deste avanço é sentida com a divulgação de destinos em tempo real entre os viajantes, aumentando suas expectativas com o local a ser visitado.

Aliada à expectativa do consumidor, estudos de comportamento e tendências apontam que aumenta o desejo deste por viagens que proporcionem experiências de interação com o destino visitado, a busca pelo simples conciliando formas sustentáveis e diferenciadas que permitam explorar o local, fazendo-o sentir-se parte integrante do meio que visita, criando novos desafios no turismo.

Para receber os viajantes os destinos devem preparar-se não apenas em produtos turísticos ofertados, mas também, na infraestrutura como um todo, pois a experiência inicia desde a partida até o retorno do viajante, e atualmente um dos grandes desafios que se vivencia nas cidades do mundo como um todo é a questão da mobilidade urbana.

Neste contexto, uma alternativa de deslocamento e, conseqüente redução do fluxo de veículos, é o uso das bicicletas que também auxiliam no desenvolvimento do turismo local com o cicloturismo, que desperta um segmento promissor com a proposta do uso da bicicleta ultrapassando o lazer, podendo agregar valor ao turismo, ao turista e ao local.

Um setor de turismo fortalecido desenvolve consideravelmente a economia do município, pois favorece o crescimento do fluxo de visitantes na região e movimenta o comércio local. A administração pública tem papel fundamental para viabilizar o potencial turístico da localidade, propiciando as condições de infraestrutura e planejamento necessários.

Na região dos Campos Gerais no Estado do Paraná o ciclismo, bem como o cicloturismo, são segmentos do turismo que vêm destacando-se. A

região possui áreas naturais que apresentam características próprias e atraem pessoas que almejam explorar destinos diferenciados, aproveitando este cenário o ciclismo e o cicloturismo apresenta aumento significativo em suas demandas, pelas tendências apresentadas pelo mercado, assim como pela busca por novas experiências e por práticas com hábitos que auxiliem na qualidade de vida e na diminuição do sedentarismo.

Para a promoção de destinos e como forma de incentivar a atividade de ciclismo e cicloturismo os eventos são uma alternativa quando bem planejados e executados, pois possibilitam o fortalecimento da economia local e promovem o desenvolvimento do turismo.

Os eventos de ciclismo são direcionados e nomeados conforme o tipo de promoção que se queira fazer, o ciclismo é a modalidade maior, que engloba as sub-categorias como Mountain Bike, Ciclismo de Estrada, Contra-relógio, Pista, Recreação, pedal de final de semana, etc., portanto, o nome dado ao evento de ciclismo vai depender de suas motivações e público interessado, porém a bicicleta estará sempre presente.

Os eventos relacionados ao ciclismo e cicloturismo estão acontecendo mais e com número de participantes cada vez maiores, apresentando novas oportunidades de negócios e desenvolvimento local. Os eventos podem contribuir para a popularização da atividade, pois para acontecerem precisam de uma gestão organizada, planejada e estruturada. Na localidade onde o evento se propõe a ser realizado, sendo bem planejado, este pode promover o fortalecimento do destino e impulsionar o ciclismo, bem como o cicloturismo.

Este trabalho envolve parte do projeto de pesquisa de iniciação científica desenvolvida ao longo dos anos de 2017/2018/2019. O desenvolvimento da pesquisa foi possível através da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, da Universidade Estadual de Ponta Grossa, em parceria com a Fundação Araucária, pelo programa de Iniciação Científica (modalidades PIBIC, BIC e PIBITI) e Programa Voluntário de Iniciação Científica (PROVIC) da Divisão de Iniciação Científica – PROPESP da UEPG, com Projeto de Pesquisa da Orientadora Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas cadastrado na Diretoria de Pesquisa sob o título Turismo Regional: Planejamento,

Organização e desenvolvimento. A pesquisa foi iniciada em 2017 com a aprovação do Subprojeto "Cicloturismo: a contemporaneidade da atividade em Ponta Grossa". Em 2018 a iniciação continuou com o Subprojeto "Análise sobre a contribuição dos eventos de ciclismo para o cicloturismo".

Os eventos de ciclismo e cicloturismo ocorrem com maior frequência e com um número de participantes crescente, em específico o evento *Milk Race* em Palmeira/PR, neste sentido questiona-se:

Como se dá a relação da bicicleta com a atividade turística?

A partir deste questionamento encontra-se como objetivo geral do trabalho:

Demonstrar a relação da bicicleta com a atividade turística.

E como objetivos Específicos:

- a) Exemplificar a relação da bicicleta com o Turismo de Eventos e o Evento *Milk Race* 2019.
- b) Apontar o alinhamento do evento *Milk Race* edição 2019 com as Tendências de comportamento de consumo para o mercado.
- c) Elaborar uma rede conceitual do uso da bicicleta e o Turismo.

Para responder os questionamentos e buscar os objetivos optou-se por uma abordagem metodológica qualitativa para o desenvolvimento desse trabalho, em três etapas: 1ª) revisão bibliográfica; 2ª) coleta de dados documental e 3ª) análise dos dados.

## 1.1 METODOLOGIA DA PESQUISA

Optou-se por uma abordagem metodológica qualitativa para o desenvolvimento desse trabalho, tendo em vista que, buscou-se a demonstrar

a relação da bicicleta nas atividades turísticas utilizando como exemplo o evento *Milk Race* 2019 realizado na Colônia Witmarsum em Palmeira – Paraná, alinhando com o estudo de tendências globais de consumo da Euromonitor Internacional e utilizando para a base teórica os estudos desenvolvidos durante o período de 2017 a 2019 no programa de iniciação científica.

Minayo (2003) defende que a pesquisa qualitativa não trabalha apenas com uma realidade que pode ser quantificada, pois, para a autora, a realidade possui múltiplos significados, motivações, desejos, princípios, atitudes, crenças e valores. Essas relações não podem ser avaliadas de forma superficial, tendo em vista suas complexidades.

A diferença entre qualitativo-quantitativo é de natureza. Enquanto cientistas sociais que trabalham com estatística apreendem dos fenômenos apenas a região “visível, ecológica, morfológica e concreta”, a abordagem qualitativa aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas (MINAYO, 2003, p. 22).

Para Gerhardt e Silveira (2009, p. 32), a pesquisa qualitativa tem como características a:

[...] objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências.

Quanto ao procedimento da pesquisa, optou-se por uma pesquisa documental, que, segundo Fonseca (2002, p.32):

A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc.

Na etapa da discussão, aponta-se onde o uso da bicicleta gera contribuições para o Turismo, relacionando-a com o Turismo de Eventos e exemplificando com o evento *Milk Race* 2019. Demonstra-se em quais

momentos é possível alinhar-se o evento *Milk Race* 2019 com as tendências de comportamento de consumo, segundo o estudo da Euromonitor International. Por fim, com os elementos do trabalho, elaborou-se uma rede conceitual interligando Bicileta/Turismo/Eventos/Ciclismo.

O TCC está assim distribuído:

Capítulo 1 – Traz um breve histórico da Bicicleta;

Capítulo 2 - Define-se o que é segmento no Turismo;

Capítulo 3 – Traz conceitos sobre Cicloturismo e Turismo;

Capítulo 4 – Aponta considerações sobre Eventos;

Capítulo 5 – Apresenta um estudo de tendências globais de consumo 2019;

Capítulo 6 – Descrição e discussão do uso da bicicleta no *Milk Race* 2019;

Capítulo 7 – Apresenta as Considerações Finais do Trabalho;

Capítulo 8 – Referências.



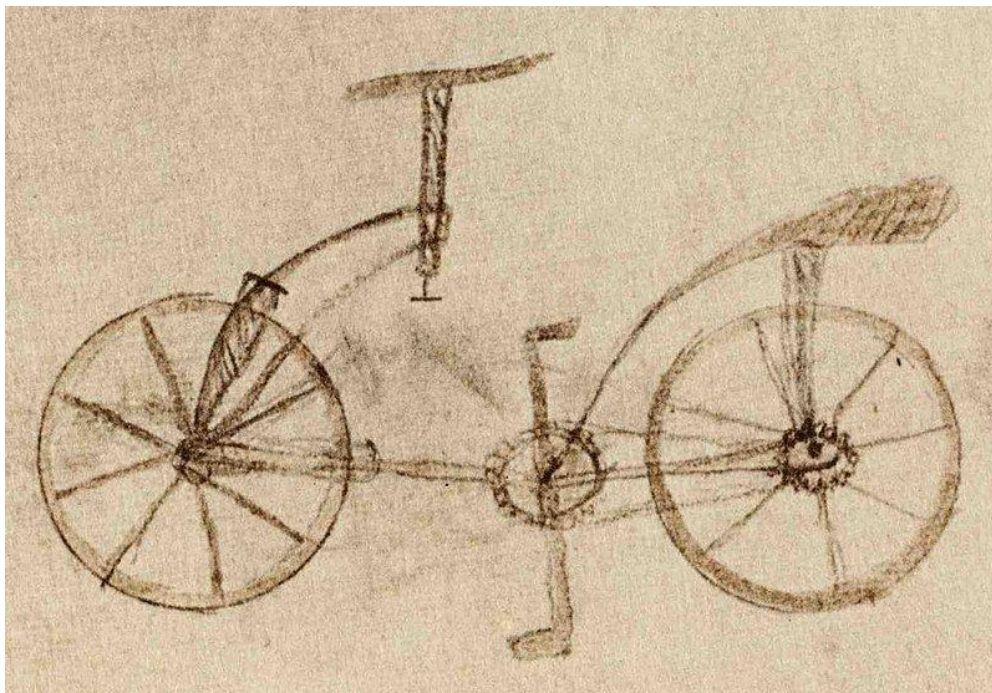
## 2 A BICICLETA E SUA EVOLUÇÃO

A bicicleta é utilizada como meio de transporte, para esporte e lazer e atualmente está cada vez mais incrementada e aparelhada, sendo que seu uso não se restringe às crianças, mas está difundido pelos mais diversos meios sociais e de faixas etárias.

De maneira breve, apresenta-se a história da bicicleta para um melhor entendimento da evolução deste meio de transporte tão popular, silencioso e de poluição mínima.

Consta que em 1493 o inventor italiano Leonardo da Vinci criou o esboço de um projeto chamado de velocípede<sup>1</sup>, porém seu esboço não foi executado. Na figura 1 apresenta-se o esboço de Leonardo da Vinci.

**Figura 1: Esboço de Leonardo da Vinci**



Fonte: <https://www.museodelghisallo.it/en/9509/leonardo-da-vinci-the-genius-at-the-cycling-museum-2/>

---

<sup>1</sup> Nome dado aos primeiros veículos de duas rodas que precederam a bicicleta atual, segundo <https://www.dicio.com.br/velocipede/>.

Em 1791 o conde francês Mede de Sivrac deu início à criação da bicicleta com o celerífero<sup>2</sup> que contava com duas rodas e uma base, não tinha freios, pedais ou direção. Na figura 2 o invento do conde Sivrac.

**Figura 2: Celerífero do conde Mede de Sivrac**



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/406661041331316931/>

O alemão Barão Karl von Drais, em 1817 incrementou o celerífero adicionando freios e direção ao projeto, podendo de fato ser considerado o inventor da bicicleta, surgia a "draisiana", toda em madeira ilustrada na figura 3.

**Figura 3: Draisiana, 1817**



Fonte: <https://www.bikemagazine.com.br/2011/03/historia-da-bicicleta/>

---

<sup>2</sup> Antigo aparelho de locomoção, inventado na França em 1790, e precursor do velocípede, segundo <https://idicionario.com/celerifero>.

Em 1839 o ferreiro escocês Kirkpatrick Macmillan desenvolveu um sistema de propulsão por um tipo de pedal, instalado por meio de um manete, na barra de ferro que ligava as rodas, junto à roda traseira, permitindo o seu movimento, figura 4.

**Figura 4: Bicicleta de Pedal de Macmillan, c.1840.**



Fonte: <https://derwombat.net/2019/02/24/kirkpatrick-macmillan-1812-1878/>

Em 1861 o francês Pierre Michaux reconstruiu a "draisiana" em ferro, figura 5, colocando pedais presos ao pneu da frente, batizada de "velocípede". Em 1867 Michaux montou a Companhia Michaux, primeira fábrica a produzir bicicletas em série.

**Figura 5: Velocípede por Pierre Michaux et Cie de Paris, França, por volta de 1869. (reproduzido de e Online Bicycle Museum [1])**



Fonte: [https://www.researchgate.net/figure/Figure-Velocipede-by-Pierre-Michaux-et-Cie-of-Paris-France-circa-1869-reproduced\\_fig6\\_326156109](https://www.researchgate.net/figure/Figure-Velocipede-by-Pierre-Michaux-et-Cie-of-Paris-France-circa-1869-reproduced_fig6_326156109)

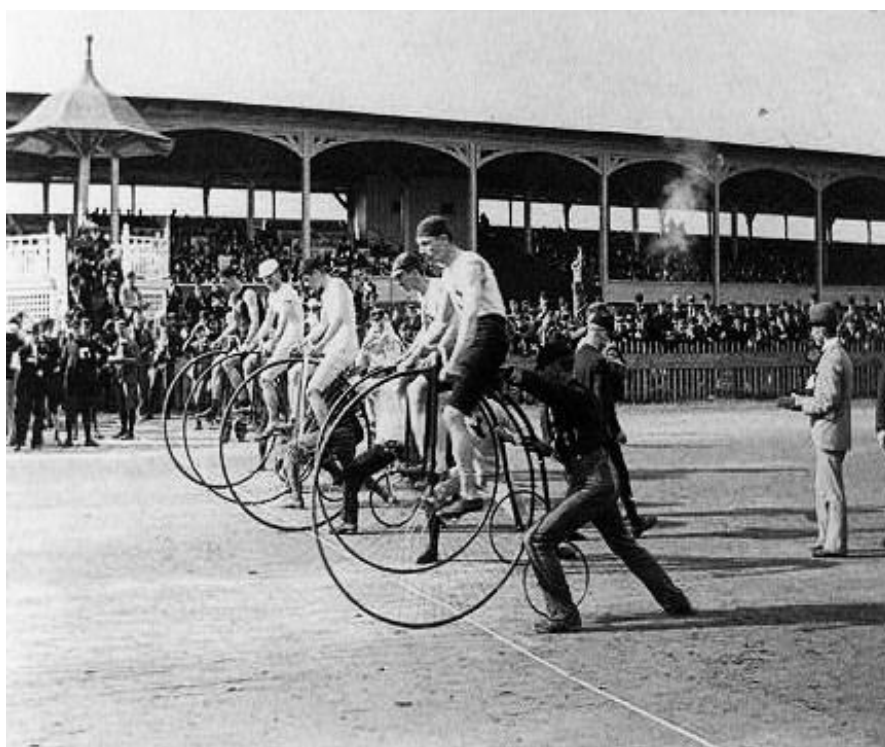
Em 1871, o inglês James Starley modificou o velocípede para que ganhasse mais velocidade adaptando a roda dianteira grande e a traseira pequena, eram as chamadas “Big Wheels”, figuras 6 e 7, porém a segurança se tornou um problema causando acidentes por vezes fatais.

**Figura 6: *Big wheels bicycle***



Fonte: <https://www.br.de/kinder/fahrrad-200-jahre-draisine-laufrad-100.html>

**Figura 7: Corrida de *Big wheels bicycle***



Fonte: <https://triviahappy.com/articles/the-eleven-most-common-questions-about-old-fashioned-bicycles-including>

Por apresentarem problemas na segurança, as bicicletas de roda grande começam a cair em declínio e por volta de 1880 o inglês John Kemp Starley inventa as bicicletas de segurança, exemplificada na figura 8, que em essência são como as que conhecemos hoje, e que se fortalecem diante da segurança que oferecem. A simplificação no processo de fabricação, maior facilidade na condução, aumento da segurança foram fatores que fizeram da bicicleta um modo de transporte de massa, popularizando seu uso e permitindo uma nova forma de mobilidade ligada à sensação de liberdade.

**Figura 8: J. K. Starkley, criador da Rover, a primeira bicicleta de segurança SCIENCE & SOCIETY PICTURE LIBRARY / GETTY IMAGES**



Fonte: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/19/deportes/1492597692\\_626497.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/19/deportes/1492597692_626497.html)

A partir do modelo de *safety bike* a evolução se deu nos materiais, na ergonomia e nos pneus, que teve a primeira versão patenteada em 1888 com o irlandês John Boyd Dunlop, os modelos foram sendo desenvolvidos para competições e não apenas para transporte e lazer. A indústria automobilística

no fim do século XIX aproveitou de muitas ideias oriundas da fabricação de bicicletas para a construção dos primeiros automóveis.

## 2.1 O ATUAL CENÁRIO DA BICICLETA NO BRASIL

Toda atividade que envolve bicicleta se enquadra em ciclismo, pois ciclismo nada mais é que andar de bicicleta. O público praticante pode ser identificado conforme a modalidade que utiliza: esporte, lazer ou transporte.

Desde o seu surgimento a bicicleta agrega adeptos, e atualmente o ciclismo traz um conceito de sustentabilidade atraindo praticantes todos os dias, segundo reportagem da folha de São Paulo<sup>3</sup> de 14 de janeiro de 2019, a produção de bicicletas no Brasil aumentou 15,9% em 2018 com relação à produção de 2017, indicando que mais pessoas estão se utilizando deste meio de transporte.

Segundo a Abraciclo - Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares<sup>4</sup>, o Brasil atualmente possui uma frota estimada em mais de 70 milhões de unidades sendo o 3º maior produtor mundial. A fabricação de bicicletas cresceu 21,7% de janeiro a setembro de 2019, em comparação ao mesmo período do ano de 2018. A perspectiva é de que 2019 termine com crescimento na produção.

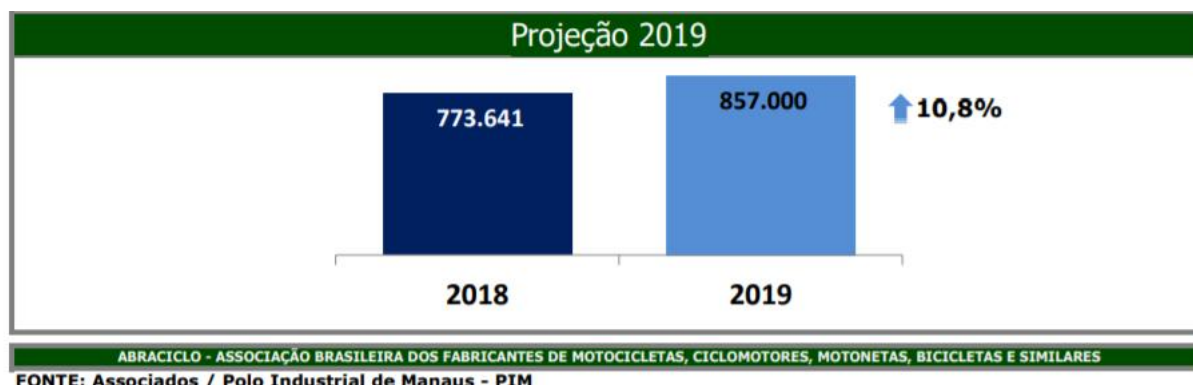
A figura 9 apresenta uma projeção para produção de bicicletas em 2019, de acordo com a Abraciclo, de crescimento na ordem de 10,8% com relação a 2018. O comércio varejista de bicicleta apresenta-se em crescimento e com perspectivas de continuar aquecido, abrindo oportunidades para novos negócios.

---

<sup>3</sup><https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/01/producao-de-bicicletas-aumenta-159-no-brasil.shtml>

<sup>4</sup><http://www.abraciclo.com.br/2019/1423-industria-de-bicicletas-registra-melhor-setembro-desde-2011>

Figura 9: Projeção para produção de bicicletas em 2019



Fonte: [http://www.abraciclo.com.br/images/pdfs/Dados\\_Bicicleta/2019\\_-\\_9\\_-\\_Produ%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_bicicletas\\_-\\_RESUMO.pdf](http://www.abraciclo.com.br/images/pdfs/Dados_Bicicleta/2019_-_9_-_Produ%C3%A7%C3%A3o_de_bicicletas_-_RESUMO.pdf)

Outro avanço para a modalidade é a Lei nº 13.724, de 4 de outubro de 2018 que institui o Programa Bicicleta Brasil (PBB) para incentivar o uso da bicicleta visando à melhoria das condições de mobilidade urbana. Deve ser coordenado pelo governo federal e executado por estados, municípios, empresas privadas e sociedade civil, visando incentivar a ciclomobilidade no Brasil<sup>5</sup>. É um programa de longo prazo que será efetuado por meio da Estratégia Nacional de Promoção da Mobilidade por Bicicleta, que consistirá em um grande plano de ações a serem desenvolvidas pelo poder público, empresas e sociedade civil, com monitoramento e avaliação, até o ano de 2040. Por Araújo, 2019:

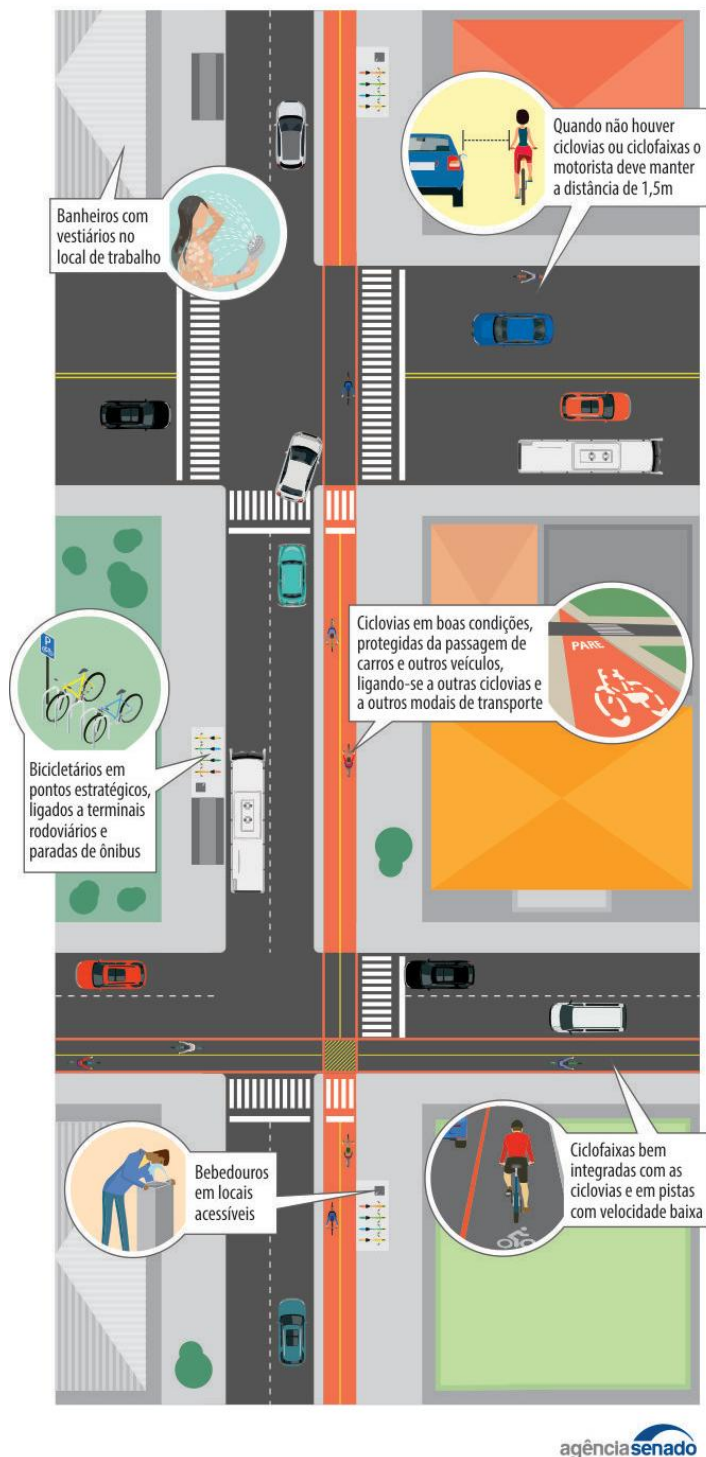
O PBB tem como objetivos mais concretos aumentar a construção de ciclovias e a marcação de ciclofaixas e faixas compartilhadas (temporárias) nas pistas de rolagem. Mas não apenas isso: o texto prevê a implantação de sistemas de aluguel de bicicletas a baixo custo em terminais de transporte coletivo, onde também se pretende instalar bicicletários. A margem das vias e estacionamentos são locais destinados aos paraciclos, conjunto de suportes simples para prender bicicletas. Campanhas de incentivo ao uso da bicicleta estão igualmente previstas, assim como a instalação de equipamentos de apoio, como banheiros públicos e bebedouros em pontos estratégicos.

<sup>5</sup> <http://www.uniaodeciclistas.org.br/atuacao/pbb/>

A figura 10 idealiza como seria a ciclomobilidade ideal para que o ciclista pudesse ter segurança, conforto, e tranquilidade ao trafegar pela cidade.

Figura 10: Perspectiva de mobilidade ideal para o ciclista na cidade

### Como seria a cidade ideal para um ciclista



Fonte: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2019/09/programa-bicicleta-brasil-agora-vai>



Com um cenário favorável ao estímulo do uso da bicicleta, a tributação ainda implica em um “obstáculo” para um desenvolvimento maior do setor, segundo dados do estudo “Análise econômica do setor de bicicletas e suas regras tributárias”<sup>6</sup> da empresa Tendências Consultoria Integrada, o custo médio de tributação sobre uma bicicleta vendida no Brasil é de 72,3% enquanto que sobre um carro se situa na média de 32%. Uma política tributária com redução de impostos poderia estimular e aquecer ainda mais a venda de bicicletas, além das diversas vantagens agregadas em termos humanos, econômicos e ambientais, uma vez que pedalar faz bem à saúde e não polui. Na figura 11 é possível ver quais impostos incidem sobre a bicicleta.

Figura 11: Incidência de impostos sobre a Bicicleta



Fonte: <http://vadebike.org/2016/11/impostos-bicicletas-isencao-reducao-ipi-carga-tributaria/>

A reportagem de Gabriela Bittencourt, para o EU Atleta do [globoesporte.com](http://globoesporte.com)<sup>7</sup>, destaca que dependendo da finalidade o tipo de bicicleta a ser utilizado será específico, por isso é importante conhecer os modelos existentes e qual melhor se adapta a seu propósito, sendo também importante

<sup>6</sup>



[https://www.academia.edu/9573756/AN%C3%81LISE\\_ECON%C3%94MICA\\_DO\\_SETOR\\_DE\\_BICICLETAS\\_E\\_SUAS\\_REGRAS\\_TRIBUT%C3%81RIAS\\_%C3%8DNDICE](https://www.academia.edu/9573756/AN%C3%81LISE_ECON%C3%94MICA_DO_SETOR_DE_BICICLETAS_E_SUAS_REGRAS_TRIBUT%C3%81RIAS_%C3%8DNDICE)

<sup>7</sup> <https://globoesporte.globo.com/eu-atleta/noticia/bicicletas-para-todos-os-gostos-e-modalidades-de-ciclismo-saiba-qual-e-o-modelo-ideal-para-voce.ghtml>





levar em conta as características físicas do praticante para que o equipamento se adapte melhor e não cause desconforto ou lesões durante o uso.





No quadro 1, pode-se observar algumas modalidades, modelos de bicicletas, suas características e indicações.

**Quadro 1: Bicicletas: modalidades, modelos , características e indicações**

Modalidade	Modelo da Bike	Características	Indicada para
Mountain Bike		Bicicleta de montanha são as mais populares no Brasil por serem versáteis, pois permitem o uso em vários terrenos. Contam com suspensões e os pneus são mais largos. Podem ser utilizadas em modalidades esportivas como o Cross Country Olímpico, Enduro e Downhill.	Pessoas que já praticam as modalidades esportivas de MTB e para aquelas que pretendem começar a praticar MTB, fazer trilha ou passear em terrenos rurais. Em áreas urbanas para pedalar também podem ser utilizadas, porém a velocidade será menor devido à largura dos pneus.
Fixa		Conta com a aparência de uma bicicleta normal, mas possui uma particularidade única: a pessoa não pode parar de pedalar senão a bicicleta para devido à catraca girar com a roda traseira, se parar de pedalar a roda trava. São usadas em provas de velódromo, mas pela sua simplicidade ganharam adeptos também nas ruas.	Seu uso está indicado para pessoas que acompanham tendências de moda e pretendem utilizar em áreas urbanas.

Modalidade	Modelo da Bike	Características	Indicada para
Urbana		<p>Por serem projetadas para áreas urbanas e com o objetivo de transporte possuem um designer prático para o dia a dia que facilite a locomoção com qualquer tipo de roupa, geralmente possuem acessórios que facilitam o transporte de pequenos volumes e protetores na correia e pneus para evitar sujar a roupa com graxa ou respingos em dias de chuva. Podem ser com ou sem marchas.</p>	<p>A locomoção em áreas urbanas é o foco principal destas bicicletas, sendo indicada para pessoas que pretendem utilizar para este fim ou para passear apenas.</p>
Estrada		<p>Bicicletas de estrada ou <i>speed</i>, são para desempenho de altas velocidades para esportistas. Podem ser no asfalto ou em autódromos, seus pneus são bem finos para atingir maiores velocidades.</p>	<p>São específicas para esportistas por serem difíceis de conduzir.</p>
Elétrica		<p>No cenário mundial é uma das mais vendidas, possui um motor acoplado, o que eleva seu custo. O motor é recarregado com energia elétrica. Pode funcionar como pedalada assistida, onde o ciclista pedala e o motor potencializa a sua força ou com o motor realizando toda a tarefa.</p>	<p>É recomendada como meio de locomoção em áreas urbanas. Para pessoas com idade já avançada ou problemas de condicionamento físico, em localidades com muitos aclives e declives para auxiliar nos momentos de exaustão.</p>

Modalidade	Modelo da Bike	Características	Indicada para
Dobrável		<p>Possuem o foco na praticidade, exclusivas para áreas urbanas, porém por não serem muito confortáveis de usar recomenda-se o uso em trajetos curtos. Por ser dobrável possui integração com outros meios de transporte</p>	<p>Indicada para pessoas com pouco espaço, que utilizam transporte público em certo trecho e possa completar o percurso com o modal bicicleta em áreas urbanas.</p>
BMX		<p>Do inglês <i>bicycle MotoCross</i>, são bicicletas específicas para a realização de provas com manobras. São encontradas apenas em lojas especializadas e sua estrutura deve ser reforçada para suportar saltos, pulos e manobras característicos do BMX.</p>	<p>É indicada para praticantes da modalidade de BMX, seja na terra, em pistas híbridas ou urbanas.</p>
Infantil		<p>As bicicletas infantis contam com uma novidade as <i>balance bikes</i>, que são indicadas para crianças de 2 a 3 anos e não contam com pedais nem rodinhas, priorizando o equilíbrio. A partir dos 3 anos os modelos semelhantes às BMXs são os mais utilizados.</p>	<p>Para crianças e pré-adolescentes que já saibam andar de bicicleta.</p>
Híbrida		<p>No Brasil não são muito comuns, permitem pedalar em terrenos de terra batida, estradas, cidades ou trilhas leves. São mais restritas que as MTBs para trilhas longas ou com mais subidas.</p>	<p>É indicada para pessoas que procuram uma bike que ele possa usar tanto em terras planas quanto em áreas urbanas.</p>

Modalidade	Modelo da Bike	Características	Indicada para
Reclinada		O uso no trânsito é desaconselhado por não ser muito fácil de conduzir, o ciclista pedala recostado.	O uso para turismo em áreas litorâneas, para pessoas com problemas de colunas ou simples lazer.
Tandem		Sua principal característica é possuir dois assentos, no Brasil necessita de importação. Em competições paraesportivas é usada por deficientes visuais.	Utilizadas para que duas pessoas pedalem juntas, pode servir como meio de inclusão, para lazer no turismo, mobilidade urbana, depende da motivação e do objetivo do usuário.
Trial		O objetivo principal do praticante desta modalidade de ciclismo é ultrapassar obstáculos físicos sem apoiar os pés no chão. O modelo não possui selim, portanto o praticante não pode sentar-se também.	É indicada para praticantes da modalidade, já que é específica para o desempenho da atividade.
Bicicleta Ergométrica		Modelo muito comum e conhecido em academias onde as pessoas pedalam sem sair do lugar. Possui 3 modelos: horizontal, vertical e spinning.	Indicadas para quem quer fazer exercícios em casa ou em academias para melhorar o condicionamento aeróbico.

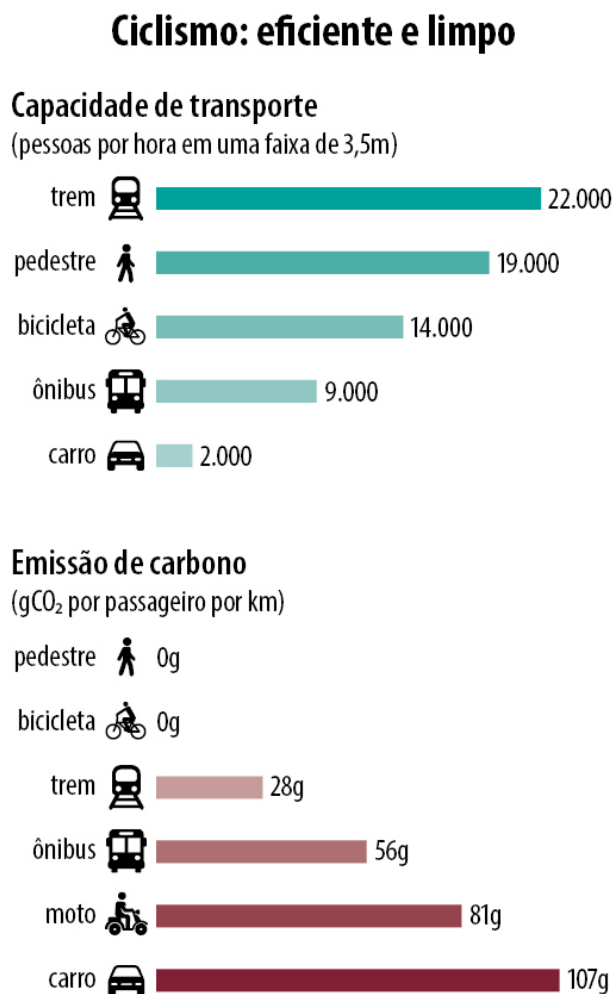
Fonte: Elaborado pela autora a partir de <https://globoesporte.globo.com/eu-atleta/noticia/bicicletas-para-todos-os-gostos-e-modalidades-de-ciclismo-saiba-qual-e-o-modelo-ideal-para-voce.ghtml>

Após estas breves explanações sobre a bicicleta e seus diversos usos pode-se entender que, além de ser um objeto idealizado para a locomoção, a *bike* ganhou *status* e simpatizantes, sendo que estudos recentes apresentam

resultados onde o uso da bicicleta corrobora com a ideia de sustentabilidade e melhora na diminuição de risco de desenvolver doenças.

A figura 12 traz um resumo dos benefícios do uso da bicicleta no transporte com relação a sua eficiência e poluição.

**Figura 12: Benefícios na emissão de CO<sub>2</sub> e capacidade de transporte na via.**



Fonte: *Transport and Climate Change Global Status Report (2018)*



Fonte: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2019/09/programa-bicicleta-brasil- agora-vai>

Andar de bicicleta pode ser muito benéfico à saúde, um estudo feito pelo Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap, 2016) aponta para uma economia de R\$ 34 milhões por ano ao Sistema Único de Saúde (SUS) no município de São Paulo, se a população paulistana aderir ao uso da bicicleta,

devido a queda do número de internações por diabetes ou doenças circulatórias, com base em dados oficiais do setor hospitalar.

A figura 13 apresenta os resultados da pesquisa feita pelo Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap, 2016) que aponta a diminuição nos riscos de desenvolver várias doenças quando se praticam atividades físicas, no caso andar de bicicleta.

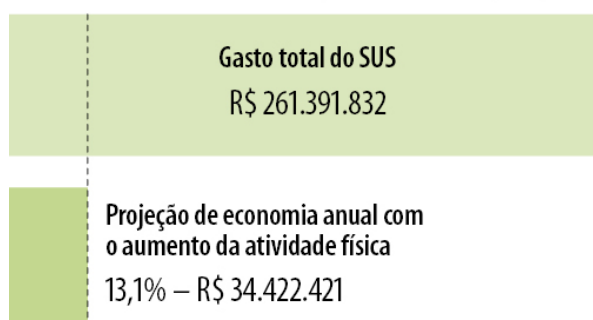
**Figura 13: Benefícios para a saúde ao andar de bicicleta**

### Andar de bicicleta diminui os riscos de desenvolver várias doenças

Pesquisa aponta os fatores de risco de acordo com a frequência de atividade física

	Inativo	Irregularmente ativo	Regularmente ativo
doenças cardíacas	2	1,4	1
hipertensão	1,5	1,2	1
infarto	2	1,4	1
depressão e ansiedade	1,3	1,1	1
diabetes	1,5	1,2	1
câncer de mama	1,5	1,2	1
osteoporose	2	1,4	1
câncer de cólon	2	1,4	1

Economia para o SUS com a redução de doenças do aparelho circulatório e diabetes no município de São Paulo (2016)



Fonte: Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap)

A bicicleta é vista como uma aliada no combate à poluição por emissão de combustíveis fósseis, bem como para a melhoria da qualidade de vida saudável. Mas, não é apenas nas áreas da saúde, meio ambiente e mobilidade urbana que a bicicleta agrega vantagens, no turismo é uma "personagem" que aparece expoente e com um nicho de mercado e demanda em crescimento, segundo o site Brasilturis jornal<sup>8</sup>, analisando dados do portal Pinterest que define como "tendência" as buscas de palavra ou termo acima da marca de um (01) milhão de buscas, os roteiros de cicloturismo estão elencados entre as dez (10) tendências de viagem para 2019, citando que "Tanto os ciclistas casuais quanto os mais experientes querem fazer turismo pedalando. As buscas por passeios de bicicleta ("bike tours", em inglês) tiveram um aumento de 64%" (LUCCHESI, 2019).

Portanto, a bicicleta é uma oportunidade de negócios, além de ser um estilo de vida e uma opção de mobilidade nas cidades com um custo bem mais acessível se comparado aos meios de transporte motorizados.

---

<sup>8</sup> <https://brasilturis.com.br/confira-10-tendencias-para-viagens-em-2019/>



### 3 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA

As necessidades nem sempre são o suficiente para contemplar todas as expectativas dos turistas. Além da necessidade de fazer uma viagem e ser bem atendido durante o período que estiver fora, o turista tem desejo de viver experiências únicas.

A sociedade está constituída por um número substancial de pessoas com necessidades básicas já satisfeitas e que estão canalizando seu tempo, dinheiro e esforços para satisfazer outras necessidades e desejos, como o lazer, a viagem, o turismo (TRIGO, 2003).

Buscam por destinos e roteiros que ofereçam produtos diferenciados, porém com conceitos modernos que incluam sustentabilidade, qualidade de vida, simplicidade, interação e proporcione momentos de lazer e relaxamento. Diante destes desafios, o Turismo se reinventa e surgem segmentos especializados para atender as demandas e suas expectativas específicas.

A Organização Mundial do Turismo afirma:

De forma resumida, segmentação é a tentativa de localizar com precisão grupos de consumidores parecidos entre si, na busca para desenvolver e implementar programas de marketing especificamente destinado a suas necessidades (OMT, 2007, p.3).

Para o Ministério do Turismo:

A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. (MTUR, 2006, p. 03).

De acordo com Lovelock; Wright, (2001) “Segmento, do ponto de vista da demanda, é um grupo de clientes atuais e potenciais que compartilham as mesmas características, necessidades, comportamento de compra ou padrões de consumo.”, ainda segundo Beni (2000):

...a melhor maneira de estudar o mercado turístico é por meio de sua segmentação, que é a técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos, e também a política de marketing que divide o mercado em partes

homogêneas, cada uma com seus próprios canais de distribuição, motivações diferentes e outros fatores (BENI, 2000, p. 153-155).

Para Beni a segmentação é positiva, pois

...possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos e tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas, como: faixa etária e ciclo de vida, nível econômico ou de renda, incluindo a elasticidade-preço da oferta e da demanda, e da sua situação social, como escolaridade, ocupação, estado civil e estilo de vida [...] Dentro de um segmento de mercado, em função, por exemplo, do lugar onde os turistas compram e do tipo de alojamento que utilizam, pode-se falar de subsegmentos de mercado. Um ou vários desses subsegmentos insuficientemente atendidos pela oferta constituem um nicho de mercado (BENI, 2000, p. 153-155).

O Ministério do Turismo (2010) em seu livreto “Segmentação do Turismo e o Mercado” explica:

É importante considerar que dificilmente todas as pessoas de um grupo terão exatamente o mesmo interesse e demanda para um determinado produto ou destino, podendo caracterizar um nicho de mercado. Nichos de mercado são “subsegmentos” dentro dos segmentos de demanda. O nicho é um grupo de consumidores caracterizado por ter necessidades ou expectativas específicas, diferente das necessidades do resto do segmento. Por isso, deve-se aprofundar na composição do público-alvo escolhido e em suas expectativas.

O comportamento do consumidor vem mudando, e, com isso, surgem novas motivações de viagens e expectativas que precisam ser atendidas. O novo turista tende a ser uma pessoa mais interessada na convivência com a comunidade, quer conhecer seus costumes, e está mais exigente, porque é mais bem informado sobre as opções de produtos e serviços existentes (MTUR, 2010, p. 62).

No turismo é necessário estar atualizado para atender as expectativas dos clientes, onde os vários segmentos existentes agregam “subsegmentos” e com a bicicleta não foi diferente, o turismo feito sob duas rodas é chamado de cicloturismo e inserido no segmento de turismo de aventura, definido pelo Ministério do Turismo (2010, p. 14) como “Turismo de aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo”, onde a atividade é oferecida de forma comercial, com caráter recreativo e envolvendo riscos avaliados, controlados e assumidos.

As atividades turísticas envolvendo o segmento do ciclismo e do cicloturismo incorrem em benefícios para os praticantes, para a localidade e para as comunidades onde acontecem, proporcionam a distribuição de renda ao longo das viagens e oportuniza um contato direto entre os praticantes, a comunidade local e o meio ambiente.

A bicicleta é utilizada para atividades de lazer desde sua invenção,<sup>9</sup> e apresenta um nicho de mercado no segmento de turismo de aventura que cresce de forma promissora, onde as pessoas buscam conhecer novos destinos utilizando a bicicleta como meio de transporte por opção.

O turismo busca no nicho do cicloturismo e do turismo esportivo de ciclismo a motivação para atrair clientes unindo atividade física, natureza e experiências únicas em um só elemento, realizando roteiros de bicicleta.

---

<sup>9</sup> <http://www.escoladebicicleta.com.br/historiadabicicleta.html>

## 4 CICLOTURISMO

A palavra cicloturismo é formada pelos vocábulos “ciclo”, do grego Kyklos, que significa roda, no caso, bicicleta (biciclo, duas rodas), e “turismo”, do latim tourns, cujo significado é viagem (SCHÖNER, 2015). O cicloturismo se enquadra como ciclismo em forma de lazer, como toda a prática que utiliza a bicicleta de forma não competitiva.

O cicloturismo, pelas suas características, está incluso na segmentação de turismo de aventura, segundo Soares (2007, p.36):

Turismo de aventura é o segmento do mercado turístico que promove a prática de atividade de aventura e esporte recreacional em ambientes naturais e urbanos, que envolvam emoções e riscos controlados, exigindo o uso de técnicas e equipamento específicos, a adoção de procedimentos para garantir segurança pessoal e de terceiros e o respeito ao patrimônio ambiental e sociocultural.

Sendo que o Turismo engloba todos e para um melhor entendimento do tema, passa-se para alguns apontamentos sobre Turismo. O Turismo sempre foi compreendido como o movimento de pessoas, para Barretto (1991, p. 47-48),

[...] o turismo é essencialmente movimento de pessoas e atendimento às suas necessidades, assim como às necessidades das outras pessoas que viajam. O turismo é o fenômeno de interação entre o turista e o núcleo receptor e de todas as atividades decorrentes dessa interação.

Em 1991, a Organização Mundial de Turismo (OMT), apresentou a definição de turismo, entendendo que:

O turismo compreende atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros (CUNHA, 1997, p.9).

A atividade turística, face às novas tendências de atender a qualidade nas experiências dos turistas e também nas comunidades receptoras, é bastante complexa, pois possui diversas segmentações e formatos, porém em seu sentido amplo turismo pode ser definido de acordo com De La Torre (1992 apud BARRETTO, 1995, p.13) como:

Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduo ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Entretanto, turismo é um fenômeno que está em constante mutação, adaptando-se as tendências comportamentais e aos hábitos das pessoas de acordo com o Ministério do Turismo:

O comportamento do consumidor vem mudando, e, com isso, surgem novas motivações de viagens e expectativas que precisam ser atendidas. O novo turista tende a ser uma pessoa mais interessada na convivência com a comunidade, quer conhecer seus costumes, e está mais exigente, porque é mais bem informado sobre as opções de produtos e serviços existentes (MTUR, 2010, p. 62)

Nesta tendência de mudança, o turista busca por turismo sustentável e ao mesmo tempo em que lhe proporcione experiências autênticas, sendo a bicicleta um instrumento de fomento ideal para captar este nicho. O cicloturismo é uma proposta voltada a um público que busca atividades sustentáveis, bem estar, interação com o ambiente e a comunidade local.

Focalizando o desenvolvimento turístico regional com a temática do ciclismo e do cicloturismo, que se encontram em crescimento e apresentam um caráter de interatividade do ciclista com o espaço visitado, os praticantes se tornam multiplicadores, socializando a ideia com seus amigos, desafiando-os a desfrutar de novas experiências, construindo assim uma rede de relacionamentos, sendo que os eventos são uma forma de divulgação do destino bastante eficiente.

Para Roldan (2000, p. 14),

(...) cicloturismo como todo tipo de viagem com um dia ou mais, de duração, que tenha como objetivo conhecer lugares e praticar turismo, utilizando a bicicleta como meio de locomoção, diferenciando-se de outras atividades não competitivas por suas maiores dimensões espaciais, cronológicas e seu planejamento prévio.

Esta atividade consiste na realização da prática turística sobre uma bicicleta possibilitando o deslocamento entre atrativos de forma rápida e contemplativa (SANTOS et al., 2014).

A figura 14 representa as principais vantagens de se optar pela bicicleta como meio de transporte.

**Figura 14: Importância da bicicleta como meio de transporte**



Fonte: <https://vieirarossi.wordpress.com/2011/09/23/o-melhor-da-semana-4/>

Conforme a Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), (2009, p. 85, 86),

O aumento do número de praticantes proporcionou certa organização ao segmento que hoje já conta com encontros nacionais anuais, ciclovias próprias para a prática – ainda que poucas – e empresas especializadas, com roteiros adequados a turistas com ou sem experiência na atividade. Entretanto, o maior volume de praticantes o faz de maneira autônoma, em grupos de amigos que se aventuram, por exemplo, por trilhas mapeadas no entorno de grandes centros urbanos ou em viagens mais longas.

Não há perfil definido para o praticante do cicloturismo no País no que diz respeito à faixa etária, sexo e camada social. Entretanto, é necessário preparo físico e resistência. Percursos longos ou que atravessam terrenos acidentados dificultam a

prática da atividade por parte de pessoas inexperientes ou que não tenham boa capacidade aeróbica. As trilhas geralmente requerem habilidade com o uso da bicicleta, além do emprego de equipamento adequado.

Para Guerreiro, Fiori e Almeida (2007, p.17) “não basta dispor de paisagens maravilhosas ou bens culturais de grande valor para fazer de um lugar uma destinação turística.” É necessário compor o produto turístico com todos os seus elementos, que segundo Lemos (2001, p. 97), é:

O conjunto de bens e serviços que envolvem a informação do turista acerca do local a ser visitado, seu deslocamento, sua estada naquela cidade, as mercadorias por ele adquiridas, os locais de visitação, os fatores socioculturais, climáticos e geográficos e os elementos de infraestrutura geral e específica a ele ofertados e por ele consumidos na localidade destino.

Já Resende e Vieira Filho (2011, p.178) chamam a atenção para a pouca informação sobre os benefícios da atividade,

Embora os produtos de cicloturismo tenham pouco tempo de vida e ainda não tenham gerado grande quantidade de informações sobre seus benefícios, os indícios de que se trata de um segmento que pode contribuir para a sustentabilidade são fortes. A bicicleta surge como importante parte da solução para os problemas, tanto para os centros urbanos, quanto para as áreas rurais. Muitas cidades do mundo têm realizado grandes modificações em sua infraestrutura para incentivar seu uso diário. Diversos destinos têm desenvolvido seus produtos de cicloturismo com o objetivo de atrair esse tipo de turista.

Assim, as pessoas se organizam em busca de novas aventuras, de acordo com Ruschel (2008, p. 65) “no Brasil, há diversas rotas em todo país que são percorridas informalmente por cicloturistas. Geralmente são rotas pelo interior brasileiro, por áreas rurais, em estradas de chão, como a rota da Estrada Real”.

De acordo com Soares (2014, p. 13)

O Circuito Cicloturismo Vale Europeu, além de ser o primeiro circuito oficial brasileiro, representou um novo produto turístico para a região do Vale do Itajaí, atraindo um novo e agradável tipo de visitante: o cicloturista. O Circuito permite que o turista permaneça na região por até 7 dias, onde conhece nossas belezas naturais e nossa tradição, contribuindo para o fortalecimento da economia local.

O cicloturismo valoriza a cultura, história e o meio ambiente, e também beneficia os pontos de turismo rural, restaurantes, pousadas e outros serviços locais. Neste sentido a avaliação do SEBRAE (2015, p. 08) é:

O indivíduo sai do seu local habitual para viver no espaço de outros [...] Esta prática turística está relacionada com as aspirações do homem moderno, cada vez mais conectado e em busca de experiências que façam sentido. É uma maneira de atingir o consumidor de forma mais emocional, por meio de experiências que geralmente são organizadas para aquele fim. A ideia é estimular vivências e o engajamento em comunidades locais que geram aprendizados significativos e memoráveis

Dentro desta visão, fundamentando-se em aspectos que se referem à atividade turística e ao território em relação à motivação do turista, o cicloturismo mostra-se como uma forma alternativa de passeio que proporciona um contato direto com a natureza, fazendo com que o turista interaja com o meio permite que se explorem rotas rurais ou urbanas, individual ou conjuntamente, enriquecendo o percurso, a experiência, a existência de recursos naturais, culturais e históricos, bem como a infraestrutura.



## 5 EVENTOS

Eventos são acontecimentos não rotineiros que reúnem pessoas em torno de um mesmo interesse, podem ocorrer pelos mais variados motivos, desde a comemoração de uma data especial em família até mega *shows*.

Para a promoção e o desenvolvimento do turismo os eventos são significativos, já que possibilitam o fortalecimento da economia local, a promoção da atividade tema do evento e a consolidação do destino como referência.

Segundo Britto e Fontes (2002, p. 19):

O evento é muito mais do que o planejamento, a programação, a execução e o monitoramento de uma sequência de atividades destinadas a um público específico e realizadas em local apropriado. O evento deve ser pensado como uma atividade econômica e social que gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade promotora, para o comércio local, restaurantes, hotéis e para a comunidade.

O setor de eventos movimentava a economia e agrega valor também nos aspectos sociais e culturais da localidade de destino, podendo no futuro beneficiá-la com a promoção de novas possibilidades de negócios na área do Turismo. Segundo Meirelles (1999, p. 21) evento é:

Um instrumento institucional promocional utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer imagem de organizações, produtos, serviços, idéias e pessoas por meio de um acontecimento previamente planejado a ocorrer em um único espaço de tempo com aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos e de tecnologia.

Já para Andrade (1999, p. 31):

Os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização das particularidades locais, tornando-as partes destacadas da atração.

Pelas definições de eventos pode-se entender que para se conseguir sucesso nesta área um bom planejamento é “vital”, pois um bom planejamento auxilia na execução das tarefas antes, durante e após o evento.

Para Ruschmann (2001, p. 66) “é a partir do planejamento que é possível estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos”. Medeiros lembra que a ação de planejar envolve a comunidade:

A ação de planejar implica basicamente numa intervenção deliberada, tendo como base o conhecimento racional dos processos socioeconômicos, que permitem uma transformação de uma região de acordo com os interesses e as aspirações de desenvolvimento da comunidade (MEDEIROS, 2003, p. 78).

Na visão de Beni (1999, p. 12),

... planejamento é o processo de interferir e programar os fundamentos definidos do turismo que, conceitualmente, abrange em três pontos essenciais e distintos: estabelecimento de objetivos, definição de cursos de ação e determinação da realimentação, já que a atividade apresenta enorme interdependência e interação de seus componentes.

Os eventos são Planejados em três etapas: o pré-evento é onde os objetivos são traçados, define-se o público alvo, a forma de divulgação, a estratégia de marketing, o local, a data, o formato, as parcerias, enfim todo o planejamento para idealizar e realizar o evento. Segundo Martin, o pré-evento:

Este é o momento dos detalhes, de todos os tamanhos e formas, de todas as áreas e serviços, de todos os recursos e despesas, de todos os aspectos de mercado e de pessoas, que envolverão ou serão envolvidas por e para seu evento. (MARTIN, 2003, p. 23).

... é a fase essencial do evento, onde haverá a definição do projeto e do planejamento de todas as atividades, bem como o detalhamento de receitas e despesas esperadas (...) são equacionados os controles administrativos e financeiros. Tudo isso girará em função dos objetivos gerais e específicos do evento e da previsão das receitas estimada. (MARTIN, 2003, p.72).

O trans-evento é o momento de se colocar em ação tudo que foi planejado, é a realização do evento, o acompanhamento de um cronograma é fundamental para manter o controle e o bom andamento neste momento. Martin enfatiza a importância de acompanhar um cronograma do planejamento:

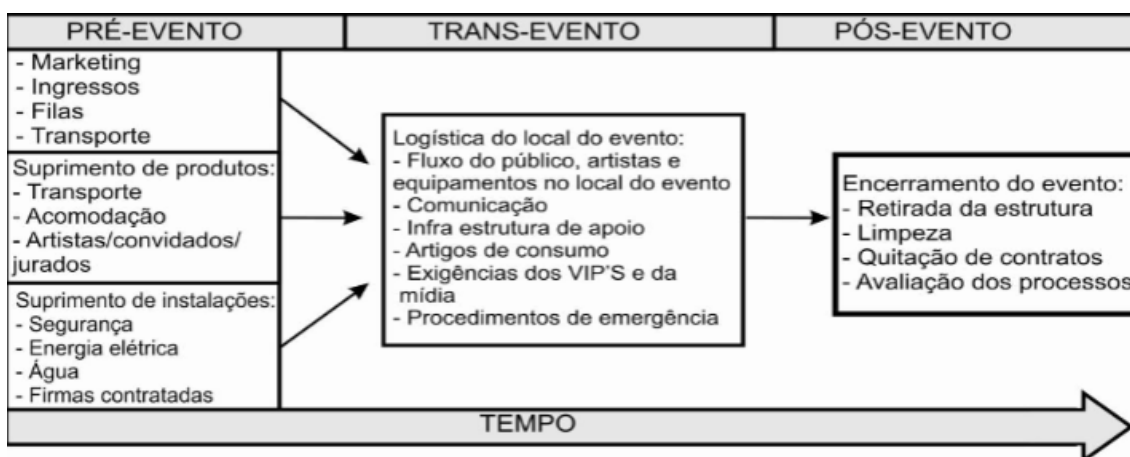
Toda a infraestrutura operacional deve ser checada em todos os detalhes para um bom funcionamento do evento, ou seja, deve-se verificar a infraestrutura física, os equipamentos a serem utilizados e os que devem ficar como reserva, o material da secretaria, a limpeza, segurança, os alimentos e bebidas que serão disponibilizados aos participantes e comissão, os deslocamentos/traslados e a programação social, cultural e turística que são as reservas e demais serviços necessários. Tal como a interna, a infraestrutura externa também é montada nesta etapa (MARTIN, 2003 apud. SOUZA, 2012 p.25).

É o pós-evento onde ocorre a análise de desempenho, reavaliam-se as ações executadas para corrigir as negativas e prevenir eventuais problemas em futuros eventos. É o momento em que a equipe organizadora irá dar seu diagnóstico sobre o evento. Para Allen et al, o pós-evento:

Como parte do processo de planejamento, é necessário desenvolver o plano para finalização do evento. Esse plano implica o desenvolvimento de uma linha de tempo e a alocação de responsabilidades e tarefas, tais como o desmonte e a remoção de estruturas do local e a retirada do equipamento. (ALLEN et AL, 2003, p. 54)

Na figura 15 tem-se o esquema dos componentes do sistema de logística em eventos.

**Figura 15: Componentes do Sistema de Logística em Eventos**



Fonte: Allen et al. (2008) apud Stock (2009).

Segundo Guth e Andrade (2018, p. 129),

Eventos Esportivos compreendem todo tipo de torneio, competição, solenidade etc. no qual a bicicleta apareça como razão direta ou indireta... Esses eventos são realizados em todo o Brasil, especialmente os circuitos competitivos de modalidades específicas, tais como mountain bike, cross-country, bicicross, na estrada etc.

Na modalidade de ciclismo, os eventos esportivos apresentam um número significativo em todo o país. Toda a cadeia que esses eventos movimentam afeta diretamente o desenvolvimento turístico da localidade onde são realizados.

A utilização da bicicleta traz ganhos em várias formas para o turismo, em especial quando tem seu uso agregado em eventos de ciclismo. Pode-se observar isso no estudo “Economia da bicicleta no Brasil - julho 2018”, desenvolvido pelo Laboratório de Mobilidade Sustentável (LABMOB), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Associação Brasileira do Setor de Bicicletas (Aliança Bike)<sup>10</sup>, onde é apresentado o impacto econômico da realização de eventos esportivos de ciclismo no ano de 2016.

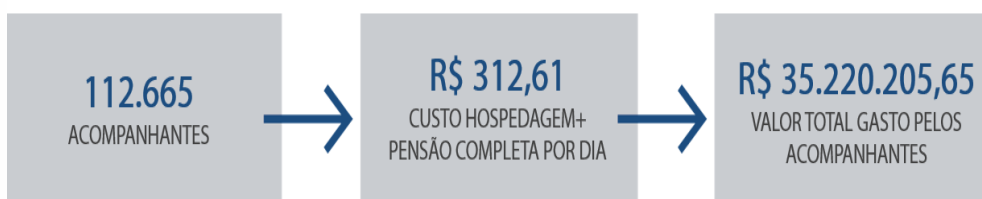
Conforme a Confederação Brasileira de Ciclismo, em 2016 foram realizados 203 eventos esportivos de ciclismo oficiais. O estudo de Guth e Andrade (2018) levou em conta a média de 185 participantes por evento e cada participante com 3 acompanhantes. O custo médio por participante no evento foi de R\$ 457,00. O gasto diário com hospedagem e pensão completa tanto por atleta quanto por acompanhante foi de aproximadamente R\$ 312,61.

Na figura 16 é feita a estimativa de gastos dos acompanhantes dos atletas por dia com custo de hospedagem e alimentação, levando-se em conta o total de 185 atletas participantes com 3 acompanhantes cada em 203 eventos oficiais.

---

<sup>10</sup> <http://www.aliancabike.org.br>

**Figura 16: Gastos estimados com acompanhantes de atletas em eventos de ciclismo**



Fonte: Guth e Andrade (2018, p. 136).

A figura 17 demonstra uma estimativa de movimentação financeira proporcionada pelos eventos esportivos de ciclismo no Brasil no ano de 2016.

**Figura 17: Principais números relacionados ao total movimentado pelos eventos esportivos de ciclismo no Brasil em 2016**



Fonte: Guth e Andrade (2018, p. 136).

Percebe-se que os valores movimentados por eventos de ciclismo no Brasil são expressivos, na ordem de aproximadamente R\$ 29 milhões, isso afeta diretamente toda a cadeia produtiva envolvida com o turismo de eventos de ciclismo.

Com o estudo de Guth e Andrade (2018), fica claro que a realização de eventos esportivos de ciclismo é responsável por gerar divisas nas localidades onde são realizados, e também é possível demonstrar que o uso da bicicleta em eventos de ciclismo contribui para fomentar o desenvolvimento do turismo local e oportunizar negócios futuros.

Com base na pesquisa sobre o Comércio Varejista de Bicicletas no Brasil, desenvolvido pelo Laboratório de Mobilidade Sustentável (LABMOB), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Associação Brasileira do Setor de Bicicletas (Aliança Bike), elaborou-se o quadro 2 que compara alguns aspectos do comércio de bicicletas dos anos de 2016 e 2019.

**Quadro 2: Comércio da bicicleta 2016 X 2019**

ano	2016	2019
amostra	138 lojas	381 lojistas
Estabelecimentos por tempo de funcionamento	Até 2 anos ___ 18% De 3 a 5 anos __ 17% De 6 a 10 anos __ 12% De 10 a 30 anos __ 36% Mais de 30 anos __ 13% Não informado ___ 3%	Menos de 01 ano – 6 % Até 05 anos – 38% Mais de 10 anos – 50% Mais de 20 anos – 22 %
Número de funcionários	22,4 % ___ apenas 1 76,5% ___ até 5	45% ___ até 3 11% ___ mais de 10
Apoiam ou promovem pedaladas	63% das lojas afirmaram apoiar ou promover pedaladas	80% das lojas organizam ou apoiam Grupos de pedal. Destas, 77% organizam diretamente.
Faixa de faturamento anual no Brasil	42% faturam ___ entre 50 mil e 500 mil reais 16% faturam ___ entre 500 mil e 1 milhão de reais 14% faturam ___ entre 1 milhão e 5 milhões	44% faturam ___ entre 100 mil e 1 milhão de reais 30% faturam ___ acima de 1 milhão de reais
Vendas de bicicletas elétricas	15,2% das lojas comercializam bicicletas elétricas	30% das lojas já comercializam ao menos um modelo de bicicleta elétrica
valores	32,6% das lojas vendem bicicletas de até R\$ 1 mil	57% das lojas vendem bicicletas de até R\$ 2 mil

Fonte: Elaboração própria, 2019.

Observando e comparando os dados de 2016 e 2019 pode-se concluir que o mercado varejista da bicicleta continua aquecido e com perspectivas de crescimento onde o Turismo pode ser beneficiado com a promoção de eventos de ciclismo, sejam eles esportivos ou de lazer.

## 6 EUROMONITOR INTERNATIONAL: 10 PRINCIPAIS TENDÊNCIAS GLOBAIS DE CONSUMO 2019

Na vida moderna tudo acontece de forma muito dinâmica, as pessoas correm o tempo todo para conseguir cumprir com todas as suas atividades diárias. Diante dessa rotina as empresas buscam entender o comportamento dos consumidores e traçar estratégias voltadas a ações que sigam as tendências do mercado.

A Euromonitor International, segundo o portal ApexBrasil<sup>11</sup>:

...é uma empresa global de pesquisa e consultoria sobre o mercado de bens de consumo e serviços. Com sede em Londres e mais de 40 anos de atuação, é líder no fornecimento de inteligência de negócios e análise estratégica de mercado para empresas em todo o mundo. Oferece soluções de pesquisa customizada e publica anualmente informações sobre desempenho e tendências de 30 setores em 100 países, além de agregar dados demográficos e socioeconômicos de países e consumidores.

Para o ano de 2019 a empresa Euromonitor Internacional<sup>12</sup> identificou e analisou as 10 principais tendências no comportamento de consumo para o mercado. Os seguintes resultados foram apontados:

1. As pessoas sentem-se jovens por mais tempo, o conceito de que o idoso não tem condições para acompanhar a juventude não existe, pois a idade não tem limites na medida em que as pessoas estão vivendo mais e melhor, com mais atenção na saúde, aparência e bem-estar querem ser tratadas de forma inclusiva. Desenvolver produtos e serviços que os atendam de forma universal é essencial, pois as pessoas mais velhas sentem-se e querem um tratamento como se fossem jovens.

2. A busca pelo simples, pelo básico, pelo autêntico está em alta onde os consumidores buscam experiências de “menos é mais”, querem consumir a

---

<sup>11</sup> <https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/EUROMONITOR-APRESENTA-AS-10-TENDENCIAS-DE-CONSUMO-PARA-2018/>

<sup>12</sup> <https://go.euromonitor.com/white-paper-ec-2019-10-Tendencias-Globais-de-Consumo-2019.html>

produtos simples que agregam *status* interagindo com o meio e com a comunidade local.

3. O forte apelo pela preocupação com o meio ambiente, com o ser humano e principalmente com os animais elevou a bandeira do consumo consciente por produtos que adotem condutas de ética em sua fabricação.

4. A tecnologia é cada vez mais utilizada para aproximar pessoas e compartilhar experiências, criar e participar de atividades em conjunto, porém remotamente utilizando plataformas digitais com interações online que se tornam mais autênticas e realistas.

5. Consumidores tornaram-se mais exigentes e possuem um aliado muito importante: a internet, qualquer informação de que necessitem encontram rapidamente tornando-se especialistas no assunto. As empresas dependem de inovação constante para manterem-se ativas.

6. Os consumidores procuram um tempo para manter sua saúde mental, para definir seus limites e ser mais seletivos em suas atividades. Diminuir o tempo *on line* para aproveitar experiências na vida real.

7. A procura por cuidados com nutrição personalizada, saúde alimentar, terapias baseadas em dietas e soluções alimentares para prevenir doenças proporcionam ao consumidor à clareza que o mundo virtual não oferece, pois neste as informações são tantas que confunde qual seria a ideal. Cuidar de si mesmo traduz o desejo de dar foco às necessidades pessoais.

8. As Práticas de sustentabilidade são valorizadas e a tendência de se eliminar o plástico do dia a dia é muito forte.

9. O imediatismo das ações é imperativo, as pessoas querem produtos ou serviços entregues o mais rápido e simples possível. Querem dedicar tempo à vida social e profissional e poupar tempo organizando sua vida com auxílio de aplicativos que facilitem suas tarefas diárias.

10. As pessoas em todo o mundo estão se adaptando a viver sozinhos, e com tantas facilidades digitais isto não é mais um desafio, mas pode ser uma opção de vida independente.



Em outra pesquisa de mercado feita pela World Global Style Network (WGSN)<sup>13</sup> – que é responsável pelo direcionamento estratégico de diversas empresas, primeira a combinar tecnologia de ponta com a criatividade humana para atender às necessidades únicas da indústria criativa internacional – intitulada “Consumidor Ultradinâmico”<sup>14</sup> foram mapeadas seis macro-tendências apontando os caminhos desse novo consumidor: 1) O mundo conectado perderá espaço para as relações humanas; 2) O consumidor passa a exigir transparência das empresas; 3) a inclusão e acessibilidade dos idosos é um ponto importante; 4) o conceito de sustentabilidade pelo compartilhamento será destaque; 5) a preocupação com as mudanças climáticas leva a busca por produtos não poluentes; 6) a comunicação *on line* será vital, pois o consumidor tende a centralizar suas compras nos celulares.

Com base nestas tendências as empresas adaptam seus produtos e serviços para apresentá-los ao mercado e conseguir melhores resultados através de estratégias que se alinhem ao perfil dos consumidores. As pessoas procuram por experiências que lhes proporcione o máximo de “aproveitamento” alinhado com as novidades do mercado, por isso é importante o que o setor de Turismo esteja conectado com as tendências de consumo para atender seus clientes de forma satisfatória.

---

<sup>13</sup> <https://www.wgsn.com/pt/wgsn/>

<sup>14</sup> <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/02/28/saiba-quais-sao-as-tendencias-para-o-mercado-de-consumo-em-2020/>

## 7 O USO DA BICICLETA EM ATIVIDADES TURÍSTICAS: FESTIVAL *MILK RACE* 2019

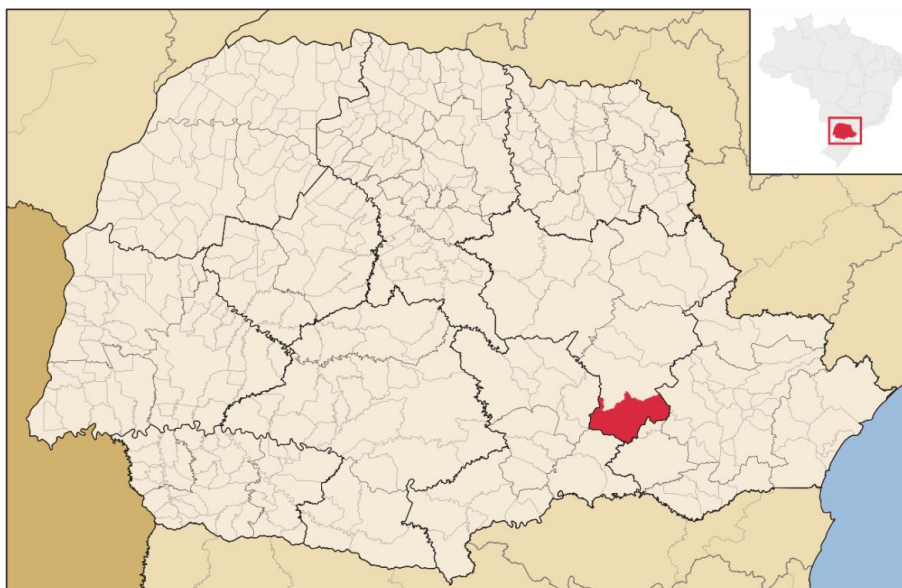
Utilizar a bicicleta apenas como meio de locomoção deixou de ser o foco principal no momento de adquiri-lá, atualmente as pessoas buscam na *bike* uma companheira para aventurar-se em momentos de lazer, de competições, para relaxar e até mesmo para transporte.

Para o Turismo este segmento representa um nicho com demanda em crescimento e com alto potencial para desenvolvimento. Como exemplo prático de aplicação do uso da bicicleta no Turismo, utilizar-se-á o Festival *Milk Race* 2019, um evento esportivo de ciclismo que ocorreu na Colônia Witmarsum, em Palmeira/PR.

### 7.1 LOCALIZAÇÃO E DESCRIÇÃO DO EVENTO

O Festival *Milk Race* 2019, em sua segunda edição, foi realizado no dia 14 de abril de 2019, na Colônia Witmarsum, em Palmeira – Paraná. Na figura 18, em vermelho está destacado o município de Palmeira no Estado do Paraná.

**Figura 18: Localização do município de Palmeira no Estado do Paraná**



Fonte:

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Col%C3%B4nia\\_Cec%C3%ADlia#/media/Ficheiro:Parana\\_Municip\\_Palmeira.svg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Col%C3%B4nia_Cec%C3%ADlia#/media/Ficheiro:Parana_Municip_Palmeira.svg)

O município de Palmeira está localizado na região dos Campos Gerais no Paraná, tendo população estimada, segundo o IBGE (2016), de 33.889 habitantes, representado na figura 19.

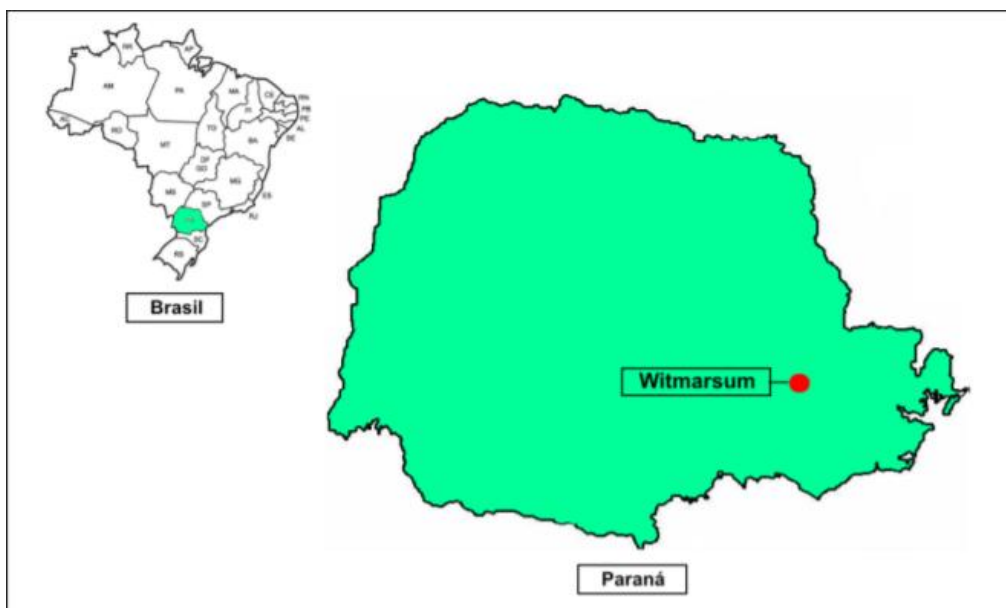
**Figura 19: Localização do município de Palmeira**



Fonte: <http://www.viajeparana.com/Palmeira>

A figura 20 representa a localização da Colônia Witmarsum no Estado do Paraná, local de realização do evento *Milk Race* 2019. A Colônia conta com aproximadamente 2000 habitantes que procuram manter vivas as tradições e a cultura alemã, desde o idioma até a típica gastronomia.

**Figura 20: Localização da colônia de Witmarsum no Paraná**



Fonte: SOARES, J. G.; SAHR, C.L.L., 2016.

A Colônia de Witmarsum foi fundada em 1951 por menonitas oriundos do município de Witmarsum, no estado de Santa Catarina.

Estes menonitas são do grupo dos alemão-russos, e tem sua origem onde atualmente fica o norte da Holanda e Alemanha. No século XVIII, através do território da Prússia, eles imigraram para Rússia de onde fugiram em 1929, em virtude do regime comunista. Em 1930 chegaram ao Brasil, e depois de pouco mais de 20 anos tentando uma infrutífera adaptação em território catarinense, conseguiram com o financiamento dos menonitas da América do Norte adquirir a Fazenda Cancela, no município de Palmeira, Paraná. Historicamente sua economia tem base na agropecuária, com foco na pecuária leiteira, mas recentemente, o turismo e novas indústrias como micro-cervejarias têm ampliado as opções econômicas na colônia. Dentre as atrações para os turistas estão as confeitarias, restaurantes e bares com comidas típicas, passeios a cavalo, colheita de frutas, visita ao museu e claro uma volta pela região que é de uma surpreendente beleza. Os produtos que podem ser degustados são frutas frescas, embutidos, cogumelos, queijos finos, bolos, pães, tortas, salgados, pratos típicos e cervejas artesanais. (CAPIVARA EVENTOS EIRELI, 2018).

O Festival *Milk Race* 2019 foi um evento esportivo com foco em provas de ciclismo, na modalidade *mountain bike*, onde foram disputadas três categorias: Turismo 22 km, Sport 42 km e Elite/Pró 55 km, conforme figura 21.

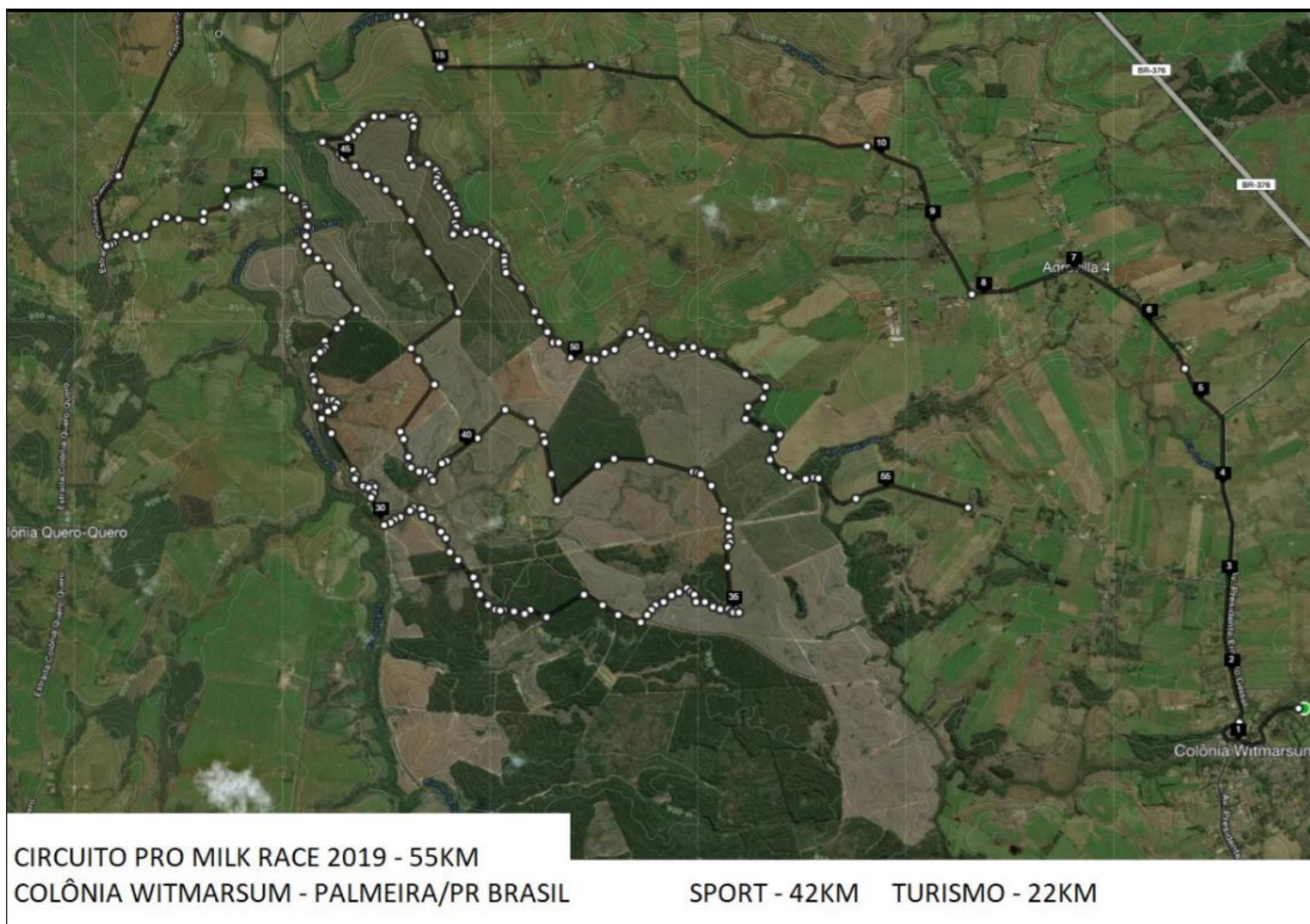
Figura 21: Divulgação do evento



Fonte: <http://jacusedduasrodas.blogspot.com/2019/04/milk-race-2019.html>

O trajeto a ser percorrido pelos atletas passava por estradas, campos e matas e em alguns momentos atravessava rios. A figura 22 traz o circuito com as três categorias disputadas, Pro, Sport e Turismo.

**Figura 22: Trajeto percorrido no evento Milk Race 2019**



Fonte:

<https://www.facebook.com/desafiodacevada/photos/a.255016108172699/842795276061443/?type=3&theater>

Segundo as reportagens veiculadas sobre o evento, a *Milk Race 2019* foi organizada pela Capivara Eventos Eireli (Desafio da Cevada) e o local de partida para realização das provas foi o Centro Cultural Social e Recreativo Witmarsum na Rua David Nikkel, s/n. Colônia Witmarsum. Palmeira/PR. Os valores para inscrição variaram entre R\$ 140,00 e R\$ 230,00 reais. Os atletas receberam um kit composto por: Meia de ciclismo oficial – Para os setecentos

(700) primeiros atletas a retirarem o kit – Patrocínio da Furbo Uniformes; Caramanhola (garrafa d'água que fica presa ao quadro de bicicletas por meio de suporte específico); Cobertura fotográfica; Cobertura médica; Ponto de apoio logístico, mecânico e de hidratação; Seguro de vida e acidentes; Medalha de participação; Camisa de ciclismo – exclusivo para o kit montanha.

Os atletas já inscritos foram recebidos pela organização no Centro Cultural, Social e Esportivo de Witmarsum, a partir das 08h30min, do dia 14/04/2019 para a retirada dos materiais de competição.

Foi realizado plantio de árvores em homenagem aos 200 anos do município de Palmeira, às 9h30min do mesmo dia, em seguida houve a largada da prova. Foram disputadas três categorias: Pro, com percurso de 55 quilômetros; Sport, com 42 quilômetros, e Turismo, com 22 quilômetros, que percorreram a região das localidades de Witmarsum e Quero-Quero, em estradas, campos e matas.

A concentração de atletas para a largada é representada na figura 23.

**Figura 23: Milk Race 2019 Colônia Witmarsum Palmeira PR**



Fonte: Incentive sports <https://www.youtube.com/watch?v=gp73TrHDAus>

Os troféus entregues aos competidores foram idealizados em homenagem a localidade de Quero-Quero, conforme figura 24, um dos

cenários percorridos pelos atletas. O número de atletas participantes da segunda edição chegou a quatrocentos e setenta e um (471).

**Figura 24: Troféus para premiação**



Fonte:

<https://www.facebook.com/desafiodacevada/photos/a.255016108172699/851078368566467/?type=3&theater>

O evento *Milk Race* 2019 também contou com festival gastronômico e cultural, onde os acompanhantes dos atletas, atletas e visitantes puderam apreciar a gastronomia típica alemã e conhecer um pouco sobre a cultura e artesanato da Colônia. Na figura 25 uma panorâmica do local organizado para alimentação e descanso dos participantes do evento.

**Figura 25: Camping Centro Cultural Social e Recreativo Witmarsum, local organizado para alimentação e descanso**



Fonte: Incentive sports <https://www.youtube.com/watch?v=gp73TrHDAus>

O evento contou ainda com shows musicais, com bandas de rock e blues, figura 26, tudo para tornar o evento mais atrativo.

**Figura 26: Grupo musical se apresentando no evento *Milk Race* 2019**



Fonte:

<https://www.facebook.com/desafiodacevada/photos/a.255016108172699/851082005232770/?type=3&theater>

O acesso do público ao local foi possível através da doação de duas caixas de leite longa vida. Foi um dia que mudou a rotina da bucólica Colônia Witmarsum, mas que demonstrou a capacidade de agregar pessoas e desenvolver eventos que a bicicleta tem, de simples meio de transporte a uma aliada que funciona como motriz geradora de desenvolvimento para o Turismo.

## 7.2 DISCUSSÃO

A atividade turística é ampla e complexa, compreendendo vários segmentos que possuem características e demandas específicas. Para o trabalho desenvolvido a bicicleta é o ponto que une os praticantes, a atividade física e os eventos gerando fluxo para o Turismo.



O Turismo de Eventos possui na bicicleta um nicho a ser explorado, pois os eventos esportivos de ciclismo estão cada vez mais procurados e o comércio de bicicletas está aquecido com alta na produção, ou seja, desde a criança que busca se divertir, do cidadão que precisa de mobilidade, ao atleta que busca desempenho e superar desafios, a *bike* encanta e apaixona.

Para exemplificar como os eventos podem alavancar o Turismo tendo a bicicleta como elemento principal, utilizou-se o Festival *Milk Race* 2019, que foi um evento esportivo com foco em provas de ciclismo, na modalidade *mountain bike* realizado no dia 14 de abril de 2019, na Colônia Witmarsum, em Palmeira/PR.

A bicicleta funciona como uma motriz gerando fluxo com demanda interessada em eventos esportivos de ciclismo ou simplesmente em eventos de ciclismo para lazer e contemplação, no caso de cicloturismo. Os gestores e organizadores especializados neste público ao executarem um bom trabalho geram expectativas para novos eventos, consolidando a atividade e promovendo a localidade receptora.

#### 7.2.1 Benefícios do evento *Milk Race* para o turismo local

Potencialmente o evento se comporta como um multiplicador turístico, atraindo pessoas, reduzindo a sazonalidade e desenvolvendo uma imagem positiva do município. O evento *Milk Race* gerou renda para a comunidade local que participou oferecendo produtos para o consumo dos participantes, acompanhantes e visitantes, através de barracas de comidas típicas, *food trucks*, cervejas artesanais e produtos coloniais.

Organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma de os países promoverem a sua imagem, de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã. A captação e promoção de eventos no mundo vêm sendo considerada o setor que mais retorno econômico e social oferece ao país e a cidade que sedia um evento (...) (ANSARAH, 1999, p. 75).

Na figura 27 nota-se a grande participação do público no evento *Milk Race* prestigiando um *food truck* de comida típica alemã.

Figura 27: ***Food Truck Der Dorf Döner - Colônia Witmarsum – Milk Race/2019***



Fonte:

<https://business.facebook.com/DerDorfDoner/photos/a.1901558516760466/2231172377132410/?type=3&theater>

O Secretário Municipal de Cultura, Turismo, Patrimônio Histórico e Relações Públicas do município de Palmeira, em entrevista, relata que, com o evento, vias já utilizadas por cicloturistas em rotas de cicloturismo, tornaram-se mais conhecidas, difundindo para todos os envolvidos, assim como para todos a quem a mídia do evento alcançar, bem como as redes sociais e principalmente pelos participantes pela propaganda direta, seja “boca a boca”, grupos fechados ou abertos as belas áreas naturais que apresentam características próprias da região.

O envolvimento da comunidade é muito importante no processo, pois desperta o senso de pertencimento e o orgulho de poderem desfrutar de uma localidade com tantas belezas e atrativos,

...à medida que a comunidade vai se sentindo envolvida, torna-se mais motivada em relação a sua participação e inserção no processo. Além disso, pode ocorrer o desenvolvimento do senso de responsabilidade necessário ao cumprimento da tarefa de ser guardião dos patrimônios natural, histórico e cultural, encontrados no município (MAGALHÃES, 2002, p. 90 - 91).

Outro ponto enfatizado pelo Secretário foi, além do envolvimento da comunidade, foi a promoção não apenas do evento de ciclismo e das rotas de cicloturismo, mas do destino como um todo, isto é, além da colônia de Witmarsum também houve a divulgação do município de Palmeira.

Competidores de vários municípios participaram do evento, alguns competiram de forma avulsa e outros representando suas equipes. Os resultados do evento *Milk Race* 2019 estão disponibilizados em <https://www.chiptiming.com.br/resultados/milkrace2019>.

Alguns municípios vieram com a equipe toda, é o caso do município de Prudentópolis, figura 28.

**Figura 28: Equipe de Prudentópolis – Paraná**



Fonte: <http://intervalodanoticias.blogspot.com/2019/04/atletas-de-prudentopolis-participaram.html>

A promoção de eventos contribui de forma significativa para a divulgação dos diversos atrativos da comunidade receptora, essas estratégias comunicacionais implementam o crescimento da visitação e geram aumento da demanda.

### 7.2.2 *Milk Race* 2019 e as Tendências

O turista busca por experiências autênticas que estejam em conformidade com seus desejos e o Turismo deve estar sempre atualizado com as novidades e tendências do mercado para suprir as expectativas de seus clientes.

Conforme o estudo da Euromonitor International, o sentimento de longevidade é uma das tendências no comportamento de consumo presente no mercado. As pessoas sentem-se jovens por mais tempo, uma vez que estão vivendo mais e melhor, com mais atenção na saúde, aparência e bem-estar querem ser tratadas de forma inclusiva.

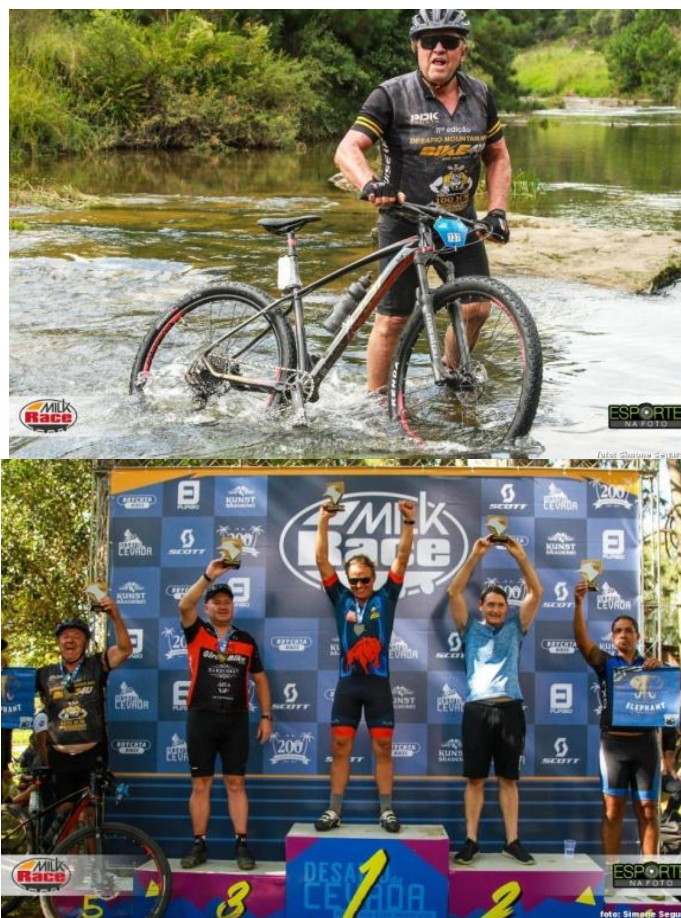
No evento *Milk Race* o alinhamento com esta tendência foi possível e visível ao apresentarem serviços que atendiam de forma universal às pessoas mais velhas que participaram das provas, pois estas se sentem e querem um tratamento como se fossem jovens.

A inclusão e acessibilidade de idosos é uma tendência de consumo mundial, pois pessoas com mais idade possuem uma renda já estável, mais tempo livre e, uma vez que estão envelhecendo com saúde e qualidade de vida, possuem disposição para viajar e aproveitar a vida em experiências novas que não puderam desfrutar enquanto eram jovens.

O evento *Milk Race* representou um teste de longevidade aos participantes idosos com uma experiência única e inesquecível.

Pode-se constatar através das figuras 29 e 30 a participação de idosos no evento e o alinhamento deste com a tendência identificada e analisada pela Euromonitor International no que diz respeito à prestação de serviços ao público com mais idade.

Figura 29: Participação de idosos no evento *Milk Race* 2019



Fonte: <http://www.radioipiranga.com.br/editoriais/ciclista-palmeirense-e-campeao-geral-da-categoria-elite-no-milk-race-2019/>

Figura 30: Longevidade



Fonte:

<https://www.facebook.com/desafiodacevada/photos/a.255016108172699/851078175233153/?type=3&theater>

Outra tendência identificada pelo estudo da Euromonitor International e muito apreciada atualmente é a busca pelo simples, pelo básico, pelo autêntico, onde os consumidores buscam experiências de “menos é mais”, querem consumir produtos simples que agregam *status* interagindo com o meio e com a comunidade local.

Esta tendência também foi contemplada pelo evento *Milk Race* que ofereceu o contato direto com a comunidade quando a organização das barracas de comidas típicas alemãs foi feita pela própria comunidade da Colônia Witmarsun, com festival gastronômico e cultural organizado no Camping Centro Cultural Social e Recreativo Witmarsum, com local para alimentação e descanso montado com tendas.

A interação com o meio foi proporcional à essência do evento, pois praticantes de ciclismo esportivo de *mountain bike* almejam por contato com a natureza, aventurar-se por trilhas, buscam por desafios interagindo com o meio, figura 31, de forma autêntica e prazerosa.

**Figura 31: Interagindo com o meio**



Fonte:

<https://www.facebook.com/desafiodacevada/photos/a.255016108172699/851077828566521/?type=3&theater>

A *over dose* de tecnologia e o tempo que as pessoas passam conectadas estão se tornando um problema de saúde pública. O estudo de tendências detectou que apesar da utilidade das conexões, as pessoas têm buscado mais tempo para manter sua saúde mental, para definir seus limites e ser mais seletivos em suas atividades.

Diminuir o tempo *on line* para aproveitar experiências na vida real é uma tendência que os eventos de ciclismo cumprem, e no evento *Milk Race* 2019 foi potencializado pelo contato com a natureza e as belas paisagens que o município oferece. Na figura 32 a única conexão é a do pai com o filho em seu momento de lazer interagindo com a natureza.

**Figura 32: Momento *off line***



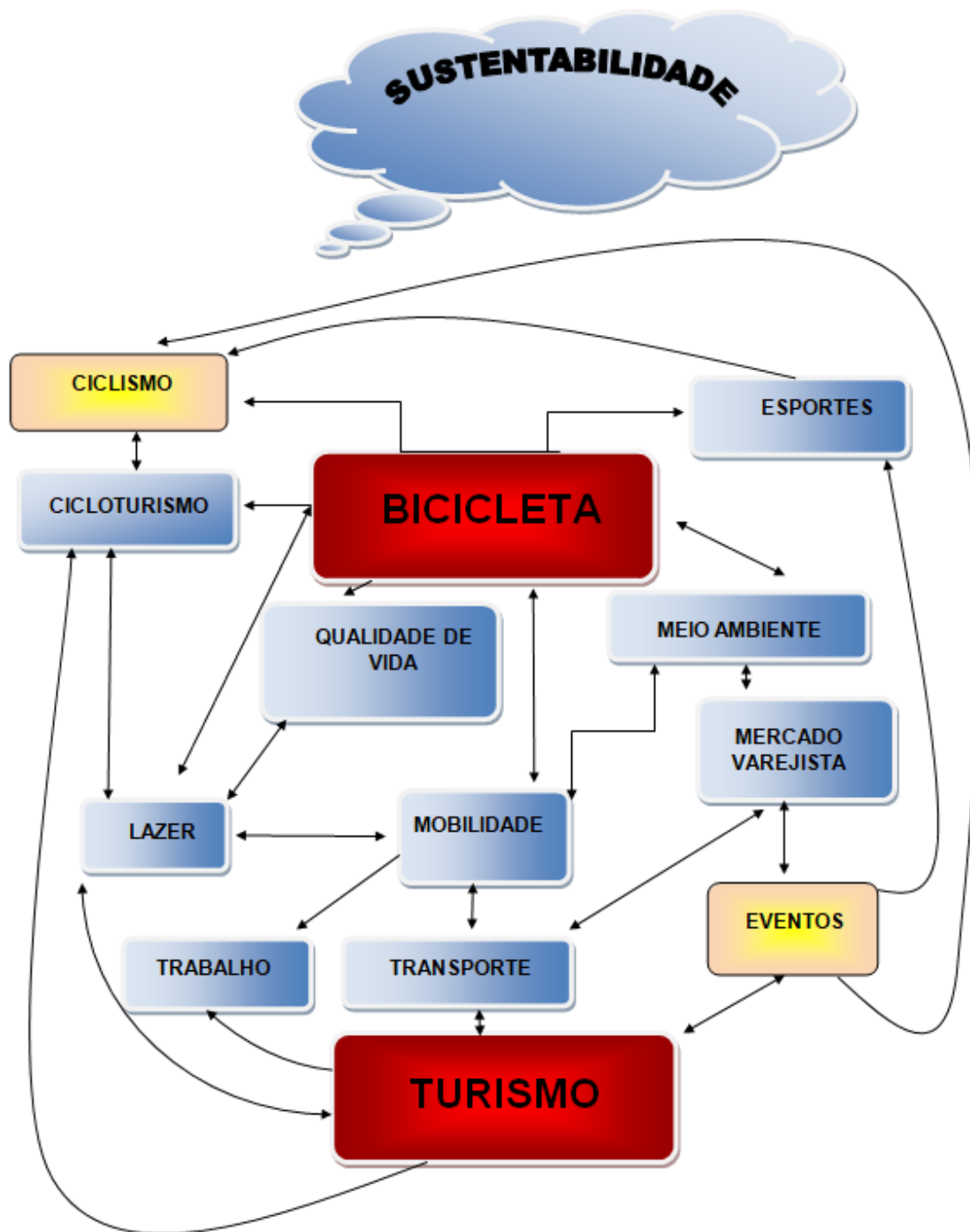
Fonte: <http://www.radioipiranga.com.br/editoriais/ciclista-palmeirense-e-campeao-geral-da-categoria-elite-no-milk-race-2019/>

O evento *Milk Race* 2019 mostrou-se alinhado com os anseios do seu público, oferecendo um produto alinhado com as tendências de consumo e confirmando a expectativa de praticantes de ciclismo de que a bicicleta é um produto atual e em ampla ascensão pelos conceitos que agrega, atraindo mais praticantes a cada dia. A relação da bicicleta com a atividade turística é muito promissora e possui um público específico e com uma forte tendência de crescimento.

### 7.2.3 Rede conceitual formada pela bicicleta e pelo Turismo

A figura 33 representa a rede formada pelo uso da bicicleta em eventos de ciclismo e cicloturismo, tendo aquela como motriz geradora de desenvolvimento.

Figura 33: Rede conceitual bicicleta/turismo/evento/ciclismo





O Turismo possui na bicicleta uma aliada que ganha destaque e preferência no gosto dos consumidores pelo valor agregado que possui, pois pelas tendências de mercado desponta pela simplicidade, busca pela sustentabilidade e qualidade de vida que oferece, sendo um bem democrático onde a regra básica é ter equilíbrio e saber andar de bicicleta.

A sustentabilidade sendo um conceito ideal é algo almejado por todos, mas alcançá-lo é um objetivo “utópico”, pois segundo o químico francês Antoine-Laurent de Lavoisier: “Na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”.

A bicicleta movimenta um montante considerável no mercado varejista sendo usada apenas como meio de transporte para melhorar a mobilidade nas cidades, mas aliada ao Turismo este valor é potencializado quando se promove eventos desportivos variados, e para aqueles que procuram apenas lazer em passeios sobre duas rodas, o cicloturismo é a melhor alternativa.

O conceito de Cadeia Produtiva no Turismo pressupõe a existência de um produto ou de um atrativo turístico que, em determinado território, atua como elemento indutor para gerar uma dinâmica integradora entre as diferentes atividades que compõem o setor. Isto é, o produto ou o atrativo funciona como multiplicador de uma rede de serviços apoiados no desenvolvimento de uma infra-estrutura local e regional, cuja dinâmica pode promover o incremento dos fluxos de informação, produção, distribuição e consumo, que, adequadamente geridos, permitem ao turismo atuar como vetor da economia dentro de parâmetros de sustentabilidade. (INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - IPARDES, 2008, p.3).

Na figura 33 que representa a rede conceitual que envolve a bicicleta e o Turismo, nota-se que a prática do Turismo é intensificada pela bicicleta, envolvendo transporte, onde a mobilidade interfere diretamente. Turismo de eventos esportivos de ciclismo só ocorre com a bicicleta, por isso a rede é ligada por uma passagem por esses dois conceitos, movimentando neste caminho o comércio varejista de forma considerável.

Os conceitos Lazer e Qualidade de vida apresentam interligação com a bicicleta e o Turismo, pois diante das tendências de comportamento de consumo do mercado, em que as pessoas vêm buscando por esses conceitos, eventos que propiciam esta interligação são bem aceitos pelo público em geral,

por isso a rede apresenta essa configuração de distribuição. Segundo Sérgio Franco de Souza, (2017, p. 20):

Hoje já estão consolidadas diversas atividades em torno da bicicleta. Somente em Niterói temos o Pedal Sonoro, Ciclistas de Niterói, Bicicletada Massa Crítica Niterói e mais recentemente o Bike Anjo Niterói, iniciativas que consistem em trabalhar diretamente com as bicicletas nas ruas, além de passeios ciclísticos promovidos pela Amazonas Bike7 realizados em comemoração ao Dia Mundial Sem Carro e à Semana da Mobilidade.

Essas atividades e eventos possuem impacto direto no estímulo do uso da bicicleta como modal de transporte. Através de uma enquete realizada pelo Mobilidade Niterói 27,5% dos respondentes disseram que passaram a adotar a bicicleta como meio de transporte após participar de atividades ou eventos relacionados à mesma.

Para os adeptos em contemplar a paisagem em passeios usando a bicicleta como meio de transporte, o Turismo oferece o cicloturismo, por isso na rede a ligação do cicloturismo, se dá com a bicicleta, o Turismo, o lazer e eventos.

O meio ambiente é contemplado, pois a indústria varejista está de olho em consumidores que valorizam as boas práticas de produção e por outro lado o estudo de tendências aponta o apelo pela preocupação com o meio ambiente que eleva o conceito de consumo consciente por produtos que adotem condutas de ética em sua fabricação.

O trabalho encontra-se na rede, ligado ao turismo, que pertence ao setor de serviços, e segundo o relatório da Organização Mundial do Turismo (MTur, 2019), o setor é um dos que apresenta maior crescimento e pode chegar a crescer 4% em 2019. Já a mobilidade é o facilitador para chegar a qualquer lugar, incluindo o trabalho, e assim liga-se com a bicicleta, meio sustentável e em crescimento de uso exponencial.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento do trabalho observou-se que a bicicleta em atividades turísticas vem adquirindo um papel relevante e que seu uso em eventos de ciclismo e cicloturismo movimentam um mercado promissor dentro do Turismo.

Tendo em vista que o segmento de eventos esportivos de ciclismo, bem como de cicloturismo, estão em crescimento como aponta Lucchesi (2019) com aumento de 64% nas buscas por passeios de bicicleta e, no estudo de Souza (2017) desenvolvido pelo Mobilidade Niterói, onde 27,5% dos respondentes da pesquisa passaram a adotar a bicicleta como meio de transporte após participar de atividades ou eventos relacionados à mesma.

Tomando-se também como base o estudo de Guth e Andrade (2018), Economia da bicicleta no Brasil, onde este apresenta que o setor de eventos esportivos de ciclismo gerou impacto econômico na ordem de R\$ 29 milhões em 2016, aponta-se que o uso da bicicleta nas atividades turísticas impulsiona o turismo.

No exemplo do Festival *Milk Race* 2019, através de material bibliográfico e documental, podem-se apontar benefícios ao turismo local, pois houve grande número de participantes, acompanhantes, espectadores e pessoal da equipe da organização e realização do evento, com isso promoveu-se a interação das pessoas surgindo, facilitando e fortalecendo relações sociais, comerciais e culturais, propiciando novas possibilidades para futuras visitas.

Impulsionou-se a questão da visibilidade para a região e para o município como um todo nas principais redes sociais utilizadas pelos participantes, em reportagens sobre o evento e no marketing pessoal. O cicloturismo também foi fomentado pelas belas paisagens e riquezas culturais presentes na região, proporcionando que muitas pessoas possam retornar apenas para pedalar por lazer e não para competir.

O evento apresentou alinhamento com as tendências de comportamento de consumo para o mercado segundo a análise feita em relação ao estudo da

Euromonitor International, uma vez que as pessoas buscam nos eventos de ciclismo o retorno pela simplicidade, interagindo com o meio e com a comunidade local, procurando manter sua saúde física e mental diminuindo seu tempo *on line*.

A presença de idosos competindo de forma inclusiva contempla mais uma tendência, pois estes se sentem e querem um tratamento como se fossem jovens e no exemplo do *Milk Race* pode-se observar que houve inclusão de idosos, conforme imagens pesquisadas sobre o evento.

A partir dos conceitos da bicicleta e do Turismo montou-se uma rede conceitual em torno do uso da bicicleta/Turismo/eventos/ciclismo apontando-se as interações existentes tendo como motriz geradora de desenvolvimento a bicicleta.

A atividade turística é alavancada pelo uso da bicicleta, propondo um segmento promissor pelas suas características e público alvo. A realização de eventos de ciclismo movimenta um fluxo de participantes relevante e, assim, gerando divisas para a comunidade receptora e, conseqüentemente, podendo contribuir para o desenvolvimento local.

## 9 REFERÊNCIAS

ABRACICLO - Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares. **Indústria de bicicletas registra melhor setembro desde 2011.** Disponível em: <http://www.abraciclo.com.br/2019/1423-industria-de-bicicletas-registra-melhor-setembro-desde-2011>. Acesso em: outubro/2019.

ALIANÇA BIKE - Associação Brasileira do Setor de Bicicletas. **Pesquisa Anual de Comércio Varejista de Bicicletas no Brasil.** 2019. Disponível em: [http://www.aliancabike.org.br/pagina.php?id\\_secao=10&id\\_page=42](http://www.aliancabike.org.br/pagina.php?id_secao=10&id_page=42). Acesso em: outubro/2019.

ALLEN, J., et al. **Organização e gestão de eventos.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ANDRADE, R. B. **Manual de eventos.** Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

ANSARAH, M. G.R. **Turismo: segmentação de mercado.** 4. ed São Paulo: Futura, 1999.

ARAÚJO, A. L. **Programa Bicicleta Brasil: agora vai?** Agência Senado. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2019/09/programa-bicicleta-brasil-agora-vai>. Acesso em: novembro/2019.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo.** Campinas: Papyrus, 1991.

\_\_\_\_\_. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** Campinas, SP: Papyrus, 1995.

BENI, M. C. **Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo.** *Turismo em Análise*, 10(1), 7-17, 1999.

\_\_\_\_\_. **Análise Estrutural do Turismo.** São Paulo: SENAC, 2000.

BITTENCOURT, G. **Bicicletas para todos os gostos e modalidades de ciclismo: saiba qual é o modelo ideal para você.** 2019. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/eu-atleta/noticia/bicicletas-para-todos-os-gostos-e-modalidades-de-ciclismo-saiba-qual-e-o-modelo-ideal-para-voce.ghtml>. Acesso em: outubro/2019.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_. **Diagnóstico do turismo de aventura no Brasil/** ABETA e Ministério do Turismo. - Belo Horizonte: Ed. dos autores, 2009. 156p. (Série Aventura Segura)

**Segmentação do turismo e o mercado.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

**Crescimento do turismo mundial pode chegar a 4% em 2019.** Disponível em :<http://www.turismo.gov.br/Ultimas-noticias/12306-crescimento-do-turismo-mundial-pode-chegar-a-4-em-2019.html>. Acesso em maio/2019

BRITO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do Turismo.** São Paulo: Ed Aleph, 2002.

CAPIVARA EVENTOS EIRELI. **MILK RACE FESTIVAL.** Disponível em: <https://www.ticketagora.com.br/e/MILK-RACE-FESTIVAL-5473?origem=assessoria>. Acesso em: novembro/2019.

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo.** 1ª ed. São Paulo: McGrawHill, 1997.

ESCOLA DA BICICLETA. **A história da bicicleta no mundo.** Disponível em: <http://www.escoladebicicleta.com.br/historiadabicicleta.html>. Acesso em: outubro/2019.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **10 Principais Tendências Globais de Consumo 2019.** Disponível em: <https://go.euromonitor.com/white-paper-ec-2019-10-Tendencias-Globais-de-Consumo-2019.html> Acesso em: maio/2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Produção de bicicletas aumenta 15,9% no Brasil.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/01/producao-de-bicicletas-aumenta-159-no-brasil.shtml>. Acesso: outubro/2019.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa.** [organizado por] Tatiana Engel e Denise Tolfo; Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

GUERRERO, A. L.; FIORI, S. R.; ALMEIDA, R. A. **Caminhos do futuro - geografia e cartografia para o turismo.** São Paulo: IPSIS, 2007.

GUTH, D.; ANDRADE, V. **ECONOMIA DA BICICLETA NO BRASIL.** Universidade Federal do Rio de Janeiro/LABMOB/Aliança Bike. 2018. Disponível em: [http://www.aliancabike.org.br/download-estudo-economia-bicicleta/00c00/ECONOMIA\\_DA\\_BICICLETA\\_jul\\_18.pdf](http://www.aliancabike.org.br/download-estudo-economia-bicicleta/00c00/ECONOMIA_DA_BICICLETA_jul_18.pdf). Acesso em: outubro/2019.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Cadeia produtiva do turismo no Paraná**: estudo sobre as regiões turísticas do estado. Curitiba: IPARDES, 2008. 122 p.

LEMOS, L. **Turismo: que negócio é esse?**: uma análise da economia do turismo. 5ª ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.

LIMA, R. **Milk Race tem ciclista de Palmeira como campeão geral na categoria pro elite**. Disponível em: <http://leiafolha.com.br/milk-race-tem-ciclista-de-palmeira-como-campeao-geral-na-categoria-pro-elite/>. Acesso em: outubro/2019.

LOVELOCK, C. & WRIGHT, L. **Serviços: Marketing e Gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.

LUCCHESI, C. **Confira 10 tendências para viagens em 2019**. Disponível em: <https://brasilturis.com.br/confira-10-tendencias-para-viagens-em-2019/>. Acesso em: março/2019.

MAGALHÃES, C. F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

MARTIN, V. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MEDEIROS, F. Considerações **Gerais Sobre o Planejamento Turístico Regional**. In Reis, F. (Org.). *Turismo, uma perspectiva regional*. Taubaté: Cabral, 2003.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: Editora STS, 1999.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

OMT. **Handbook on tourism market segmentation: maximising marketing effectiveness**. Madrid: OMT, 2007.

RESENDE, J.; VIEIRA FILHO, N. A. **Cicloturistas na Estrada Real: perfil, forma de viagem e implicação para o segmento**. Revista turismo em análise, São Paulo, v. XXII, n. 1, p. 168-194, 2011.

ROLDAN, T. R. R. **Cicloturismo: Planejamento e treinamento**. Unicamp Campinas/SP 2000.

RUSCHEL, D. T. **A bicicleta como meio de transporte sustentável no Turismo**. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008, 87 f.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 7ª ed. São Paulo: Papirus, 2001. (Coleção Turismo).

\_\_\_\_\_ **Planejamento Turístico.** In Ansarah, M. (Org.). *Turismo. Como aprender, como ensinar.* (Vol. 2). São Paulo: Senac, 2001.

SANTOS, C. A. J.; CAMPOS, A. C.; ALVES, L. A. C. **Bicicleta e Turismo: Mobilidade Urbana e Prática Turística Sustentável.** In: II Fórum Sergipano de Bicicleta, 2014.

SCHÖRNER, A. R. **Cicloturismo:** a união de dois prazeres. *Revista Bicicleta.* Jan. 2015.

SEBRAE. **Turismo De Experiência.** Recife, 2015.

SOARES, A. G. **Circuitos de Cicloturismo:** manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros. 2014. Disponível em: <http://www.clubedecicloturismo.com.br/arquivos/Manual-Circuitos-Cicloturismo.pdf>. Acesso em: outubro/2019.

SOARES, J. S. R. **Turismo de aventura:** potencialidade para o segmento na cidade de niterói. Niterói, 2007.

SOUZA, E. S. C. **A logística e a cadeia de valores de eventos científicos:** estudo de caso do VIII Seminário ANPTUR 2011. 2012. 100 f. Dissertação de Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camburiú, 2012.

SOUZA, S. F. **Mobilidade, lazer e turismo,** in: *Cicloturismo urbano em foco / organizadores, Fátima Priscila Morela Edra, Juliana de Castro, Luiz Emerson da Cruz Saldanha.* - Niterói: FTH/UFF, 2017. 156 p.: 14 x 21 cm. Disponível em: [http://www.each.usp.br/turismo/livros/cicloturismo\\_urbano\\_em\\_foco.pdf](http://www.each.usp.br/turismo/livros/cicloturismo_urbano_em_foco.pdf). Acesso em: outubro/2019.

STOCK, L. T. **Logística Integrada em Eventos:** um estudo de caso do Festival de Dança de Joinville – SC. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Balneário Camboriú: Universidade do Vale do Itajaí, 2009.

TRIGO, L. G. G. **Entretenimento:** uma crítica aberta. São Paulo, Senac, 2003.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA. Biblioteca Central Prof. Faris Michael. **Manual de normalização bibliográfica para trabalhos científicos.** 4. ed. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2019. 169 p. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1118/1/251%20-20Alessandra%20Lanzillota.pdf>. Acesso em: outubro/2019.

WITTMANN, A. **Die Dorfmusikanten - Rock'n Volxmusic in Musik in der Nacht.** Disponível em: <https://angelinawittmann.blogspot.com/2019/07/die-dorfmusikanten-rockn-volxmusic-in.html>. Acesso em: outubro/2019.