CICLOTURISMO: UM OLHAR SOBRE OS PARTICIPANTES DA ROTA DE ITAPARÁ, IRATI – PR

Leandro Baptista

Viviane Cochinski

RESUMO: O uso de bicicleta como meio de transporte vem aumentando nos últimos anos e com isso eventos que promovem esta prática tornam-se cada vez mais frequentes. Assim, com o objetivo geral de identificar o perfil dos participantes da 4ª edição do Cicloturismo no município de Irati-PR, foram aplicados vinte e seis questionários durante entrevistas com perguntas que visaram analisar qualitativamente o público do evento, enquanto especificamente, buscou-se conhecer a avaliação desta demanda sobre o percurso percorrido. Os resultados obtidos, ilustrados a partir de gráficos, tabelas e quadros, demonstram que a maioria das pessoas são residentes em Irati-PR, sendo 65% do sexo masculino, com idade entre 31 a 40 anos enquanto 85% dos entrevistados consideraram o evento ótimo e 92% pretendem retornar em edições futuras.

Palavras-chave: Cicloturismo; Demanda; Avaliação; Itapará; Irati.

ABSTRACT: The use of bicycles as a means of transport has increased in recent years and it implies in a promotion of a several events to practice this sport, becoming frequent. Thus, with the overall objective to identify the profile of the participants of the 4th edition of Bicycle Touring in the city of Irati-PR, it was applied twenty-six questionnaires during interviews with questions that aimed to qualitatively analyze the audience of the event, while specifically, it was sought to know the survey from this demand about the traveled route. The results, illustrated from graphics, tables and charts shows that mostly people are living in Irati - PR, 65% male, aged between 31 to 40 years old, while 85% of audience considered the event great and 92% would like to return in future editions.

Keywords: Bicycle Touring, Demand. Surveys. Itapará. Irati.

1. INTRODUÇÃO

As áreas naturais cada vez mais vêm sendo consideradas como um espaço de lazer capaz de melhorar a qualidade de vida de pessoas dispostas a conhecer novos lugares ou para sair da rotina cotidiana, muitas vezes cercada pelo estressante ritmo da vida urbana. Diante disso, o Turismo tem sido uma das atividades em sintonia com este estímulo, podendo agregar em sua prática o entretenimento, a sensibilização dos visitantes, o uso sustentável e preservação das áreas ambientais (BAPTISTA, 2013).

Em relação ao turismo de natureza, pode-se compreendê-lo como o segmento que utiliza os recursos naturais, como a paisagem e a vegetação, utilizando-se destes direta ou indiretamente para que sejam propostas diversas

atividades, seja de forma autônoma (caminhadas livres) ou dirigida (roteiros), onde enquadra-se o cicloturismo, recorte de investigação neste estudo.

Assim, o presente trabalho avaliar a 4ª edição do Evento Cicloturismo que ocorreu no Distrito de Itapará, cidade de Irati no Estado do Paraná, realizado em 23 de novembro de 2014. A metodologia foi instrumentada em caráter qualitativa, orientando-se por Dencker (1998), onde questionários com 22 perguntas foram divididas em eixos como perfil sócio econômico, atividades esportivas realizadas no dia-dia, opinião sobre o evento, sugestões de melhorias, e para os que não residem na cidade opinião sobre a infraestrutura dos serviços utilizados, como hotel, restaurante, etc.

Os resultados sugerem que os participantes têm em média 20 a 40 anos, sendo que a maioria são casados (54%), atuam em maior escala como professores (23%) e comerciantes (7%). Em relação ao evento, nota-se que o Cicloturismo vem alcançando ótimos índices de satisfação, colaborando assim, para que se consolide no calendário anual de promoção turística no município.

2. CICLOTURISMO

De acordo com o manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros Circuito de Cicloturismo (SANTA CATARINA, 2010), esta modalidade conquista cada vez mais adeptos no país e em todo o mundo, onde, com estruturas simples e medidas eficazes pode atrair seus praticantes, contribuindo para o incremento da economia local, além de proporcionar efeitos no âmbito cultural e ambiental benéficos. Além disso, Scherer (2012, *apud* AZEVEDO; PINHEIRO; SOARES, 2010, p. 337) destaca que a atividade turística:

> quando vista e planejada como um evento, fato, ou conjunto de relações que envolvem infinitas facetas do existir humano, valoriza o atrativo natural e sai da superficialidade comercial para um espaço qualitativo de reflexão, de reencontro entre o homem e o meio ambiente (2010, p. 337).

Portanto, o evento em investigação corrobora com a busca pelo equilíbrio emocional e a reflexão com a sustentabilidade, uma vez que ocorre em estradas secundárias e caminhos de interior do município.

Existem diferentes modalidades de cicloturismo. O passeio ou viagem podem durar de um dia a vários meses e percorrer desde uma comunidade do interior até diferentes países. Da mesma forma, o roteiro pode ser realizado sozinho, em dupla, em família, com amigos ou em grandes grupos. O ponto de partida pode ser alcançado com a própria bicicleta, de carro, de ônibus, ou com o auxílio de carros-de-apoio. O custo da viagem, ou os gastos de cada cicloturista, são proporcionais as suas escolhas e de acordo com suas aventuras.

Ressalta-se ainda, que o cicloturismo é uma modalidade da atividade turística que atua em conjunto com outros cinco segmentos do Turismo: o Ecoturismo, o Turismo Rural, o Turismo de Aventura, o Turismo Cultural e por fim, o Gastronômico (COCHINSKI; BAPTISTA; GOVEIA, 2014). As principais características de cada um destes segmentos podem ser observadas no Quadro 1.

QUADRO 1: Inter-relação entre Diferentes Segmentos com o Cicloturismo

SEGMENTO	CARACTERÍSTICAS APLICADAS AO CICLOTURISMO
Ecoturismo	Uso sustentável do espaço; promove o patrimônio natural e sócio-cultural das regiões receptoras e visa a conservação do meio ambiente para gerações futuras.
Turismo Rural	Agrega valor a produtos e serviços; resgata e promove o patrimônio da comunidade local.
Turismo de Aventura	Permite a prática de atividades de aventura e esporte recreacional envolvendo riscos controlados exigindo o uso de técnicas e procedimentos para garantir a segurança pessoal e de terceiros.
Turismo Cultural	Atividades turísticas relacionadas a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais; valoriza e promove os bens materiais e imateriais da cultura.
Gastronomia	Reconhecimento e proteção da gastronomia como forma de valorizar a identidade local; estabelecimento de relação entre o espaço e a produção gastronômica.

Fonte: Os autores. Adaptado de COCHINSKI; BAPTISTA; GOVEIA, 2014.

Desta forma, é possível destacar e compreender o amálgama de impactos positivos capazes de ser gerados através do planejamento adequado de um evento apoiado na atividade do cicloturismo. Contudo, o mesmo panorama de variáveis também se aplica aos estímulos que levam à esta prática, conforme é detalhado no próximo subitem.

2.1 O que o Cicloturista Busca

Pode-se dizer o cicloturista espera do encontrar no percurso: aventura, belezas naturais e receptividade, mas também, aprecia conforto e bons serviços. Este vive intensamente o trajeto, relaciona-se com as pessoas durante o caminho e remete tanta ou maior importância ao percurso quanto ao destino.

Neste sentido, o manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros Circuito de Cicloturismo (SANTA CATARINA, 2010, p. 12) destaca:

> Todas as cidades brasileiras estão aptas a contentar os cicloturistas com duas ou mais modalidades de atrativos, mas eles precisam ser divulgados: pesquisa realizada com cerca de 300 cicloturistas brasileiros revela que mais da metade deles considera fraca a estrutura de comunicação e recepção do cicloturistas.

Portanto, havendo divulgação e receptividade o Cicloturismo pode acontecer em qualquer lugar, pois, praticamente todas as cidades possuem espaços urbanos que permitem a atividade, ou zona rural com estradas de chão batido, que passam por florestas, riachos ou cachoeiras, campos e plantações.

Á beira dessas estradas moram as pessoas de hábitos próprios, trabalhadores rurais, fazendeiros e camponeses, que sempre têm uma história boa para contar; essas estradas também dão acesso a elementos de arquitetura como casarões e casebres, igrejas e monumentos, muitos dos quais fazem parte da identidade e relaciona-se com a cultura e a colonização local (SANTA CATARINA, 2010).

Quem opta por essa modalidade não pode carregar muita bagagem, pois para facilitar sua pedalada, deve levar uma mochila prática e que não impeça ou dificulte o seu deslocamento, mas fundamental para o transporte de água, roupas ou até mesmo alguma lembrança pequena ou um artesanato representativo comprado visando remeter às lembranças daquela experiência realizada.

Por fim, este público também pode consumir comidas regionais ou típicas, se estimulado, durante as paradas de descanso e reidratação, podendo, neste momento, adquirir alimentos como mel, geleias, doces, frutas, queijos, vinhos, entre outros produtos locais.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar os resultados esperados, trabalhou-se com pesquisa de campo, de caráter exploratório e qualitativo, e ainda buscou-se analisar o estado da arte através de referencial teórico alimentados por pesquisas bibliográficas e documentais.

Para a coleta de dados, utilizou-se a observação em saídas a campo e a aplicação de vinte e seis questionários para os participantes da 4ª edição do Cicloturismo ocorrido no Distrito de Itapará.

A pesquisa de campo caracteriza-se pela realização de coleta de dados junto fora de laboratório. Assim, para a coleta dos mesmos durante o dia 23 de novembro de 2014, foi utilizado um questionário estruturado, com perguntas abertas (quatro questões) e fechadas (dezoito questões), abordando temas como caracterização sócio econômica, avaliação do evento, sugestões de melhorias, etc. (anexo 1), aplicadas a vinte e seis participantes.

Deste modo, essa pesquisa esteve dividida em três etapas, no primeiro momento uma analise documental bibliográfica sobre o cicloturismo, abrangendo livros, artigos, revistas, documentos oficiais, entre outros. Em seguida, foi desenvolvida a pesquisa de campo, com aplicação dos questionários, análise das rotas utilizadas pelos participantes, suas potencialidades turísticas e locais de parada dos cicloturistas. Por fim, os dados foram tabulados e posteriormente analisados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o objetivo de identificar o nível de satisfação dos participantes em relação ao evento, bem como analisar os efeitos que o Cicloturismo gerou na etapa em investigação, optou-se por demonstrar os resultados nas categorias: perfil sócio-econômico, utilização do *trade* turístico e avaliação do evento, descritos a seguir.

Em relação ao perfil do participante, a maioria destes eram do sexo masculino (65%) enquanto 35% feminino, dos quais 54% são casados, 35% solteiros e 11% assinalaram outras respostas sobre seu estado civil. Predominou-se

a faixa etária entre 31-40 anos (35%), enquanto 20-30 anos pontuaram 27% das entrevistas, que teve também os percentuais de 19% tanto para àqueles acima de 40 anos quanto para os que não responderam.

Referente à escolaridade, profissão e renda os resultados demonstraram que 69% possuem pós-graduação, enquanto as opções terceiro grau incompleto e segundo grau completo, registraram 19 e 12%, respectivamente. Há participantes com diferentes profissões, onde 23% são professores, 8% são empresários ou enfermeiros ou bancários, 7% comerciantes e 46% possuem outras ocupações. A renda variou entre R$ 501,00 (11%) até acima de 3 mil reais (46%), tendo 31% dos participantes o salário médio entre R$ 2.001 a 3.000, enquanto 12% recebem entre R$ 1.001,00 à 2 mil. O evento contou com a maioria de moradores locais (77%) tendo apenas 23% de não residentes.

Como o evento recebeu uma parcela de participantes oriundos de outras cidades, estes precisaram utilizar serviços do *trade* turístico de Irati. Assim as entrevistas buscaram mensurar estes serviços, onde os resultados são descritos na Tabela 1.

TABELA 1: Avaliação dos Serviços Prestados pelo *Trade* Turístico

SERVIÇOS	ÓTIMO	BOM	RUIM
Hotel	50%	33%	17%
Segurança	49%	34%	17%
Restaurante	67%	33%	0%
Acesso	33%	50%	17%

Fonte: Os autores.

Esta avaliação dos não-residentes serviu como parâmetro-base para uma análise preliminar da infraestrutura básica disponibilizada para o visitante, ou turista, que opta pelo município de Irati para realizar uma viagem de lazer ou com o objetivo de participar de um evento isolado, este, independentemente de sua natureza.

Portanto, os entrevistados foram abordados nesta pergunta de forma fechada, pois não seria metodologicamente viável a análise comparativa entre respostas abertas sem o cruzamento de informações a respeito da categoria dos empreendimentos utilizados, tempo de permanência, valor médio de gasto, entre outros índices, prescindíveis para este estudo particular.

Desta forma, as seis entrevistas demonstram um alerta qualitativo sobre os serviços prestados pelo *trade* como um todo na cidade, sendo capaz de inferir na experiência do visitante e também mitigar os efeitos positivos gerados através deste deslocamento. Assim, estes dados preliminares podem ser vistos como uma lacuna investigativa a ser preenchida em futuros estudos.

Por fim, o terceiro momento de tabulação dos dados teve como problemática central descobrir a opinião dos praticantes sobre esta edição do Evento Cicloturismo e seus hábitos. A realização desta análise soma-se à continuação da pesquisa sobre o evento iniciada em 2014, onde foram caracterizadas as potencialidades dos segmentos turísticos incorporados à atividade de ciclismo (COCHINSKI; BAPTISTA; GOVEIA, 2014).

Assim, especificamente sobre a organização da Rota Itapará obteve-se a maioria das respostas indicando que o mesmo apresenta ótimos índices de satisfação entre os critérios etapa (percurso), organização administrativa, infraestrutura de apoio e avaliação geral do evento. Os resultados podem ser observados na Tabela 2.

TABELA 2: Grau de Satisfação em Relação à esta Etapa do Evento Cicloturismo Irati

SERVIÇOS	ÓTIMO	BOM	RUIM
Etapa	62%	38%	0%
Organização	58%	42%	0%
Infraestrutura de Apoio	81%	19%	0%
Avaliação do Cicloturismo	85%	15%	0%

Fonte: Os autores.

Considerando a necessidade de identificar a percepção do cicloturista sobre os locais visitados durante a Rota e se este, considera que os elementos naturais dispostos pelo caminho são entendidos como atrativos aptos à utilização, a Tabela 3 corrobora com a hipótese inicial investigativa, que permeava a constatação de que a população acredita ter potencial turístico, mesmo não os conhecendo.

TABELA 3: Familiaridade e Percepção sobre o Potencial Turístico

QUESTÕES	SIM	NÃO
Já conhecia o local visitado?	50%	50%
Irati tem atrativos turísticos?	85%	15%

Fonte: Os autores.

Sabe-se que o conceito correto para a abordagem desta segunda pergunta recorre à "recurso turístico" e não atrativo como foi exposto, pois este refere-se àqueles locais cuja infraestrutura básica e turística oferecem condições de utilização plena por visitantes, enquanto o recurso turístico remete a edificações, elementos naturais e/ou culturais em caráter potencial ao uso, necessitando melhor estruturação para este fim (BENI, 2004).

Contudo, por acreditar que o público-alvo teria maior familiaridade com o conceito de atrativo, optou-se por reproduzir desta maneira a questão visando dirimir eventuais dúvidas ou desconhecimento sobre o conceito recurso turístico.

Sobre a opinião dos atrativos que mais chamaram a atenção durante o passeio, as Cachoeiras ganharam destaque ao receberem 39% de indicação. Outras respostas podem ser interpretadas através do Gráfico 1.

GRÁFICO 1: Preferência pelos Atrativos

Fonte: Os autores.

Em relação à investigação sobre a opinião dos cicloturistas em relação à participação no evento, desejou-se descobrir se o mesmo vem formando um público

habitué ou se a cada nova edição, existe a necessidade de captar novos participantes.

É sabido que captar novos clientes é mais oneroso, desprende de maiores esforços de *marketing* e publicidade, acarretando assim em uma dificuldade superior em comparação a manter àqueles que já foram motivados a consumir determinado produto ou utilizar um serviço específico (VAZ, 1999). O resultado é exibido através do Gráfico 2.

GRÁFICO 2: Participação em Eventos Anteriores

Fonte: Os autores.

Assim, verifica-se que a curva de fidelização dos cicloturistas está em início de consolidação, pois a menor parte dos entrevistados indicaram sua estreia no evento. Contudo, ainda que os resultados acerca de três ou quatro participações no Cicloturismo Irati sejam percentualmente baixos pela amostra em análise, justifica-se que o mesmo está em sua 4ª Edição, representando um importante indicador, ao aglutinar esta questão com a intenção em voltar na edição subsequente (Tabela 4).

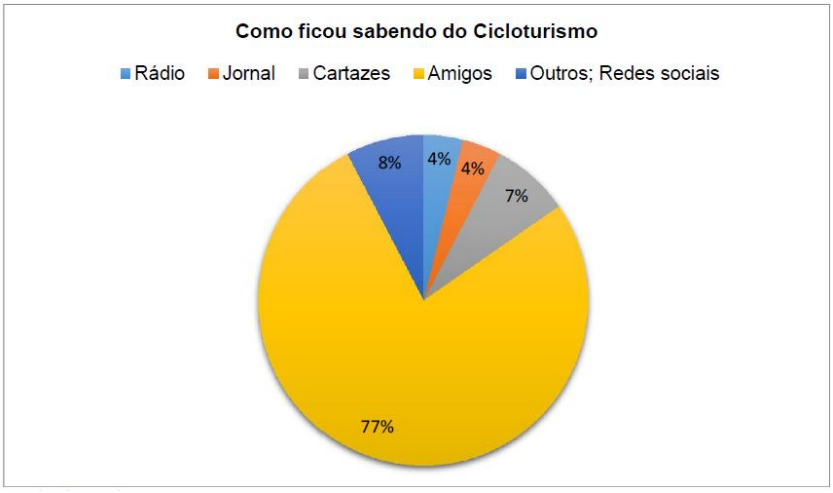
TABELA 4: Perspectivas de Retorno

QUESTÕES	SIM	NÃO
Pretende voltar no próximo evento?	92%	8%

Fonte: Os autores.

Parar concluir a análise sobre a captação e fidelização de participantes, os entrevistados foram questionados no tocante à ação publicitária que levou a informação sobre o Evento Cicloturismo até estes, conforme é detalhado no Gráfico 3.

GRÁFICO 3: Promoção do Evento



Fonte: Os autores.

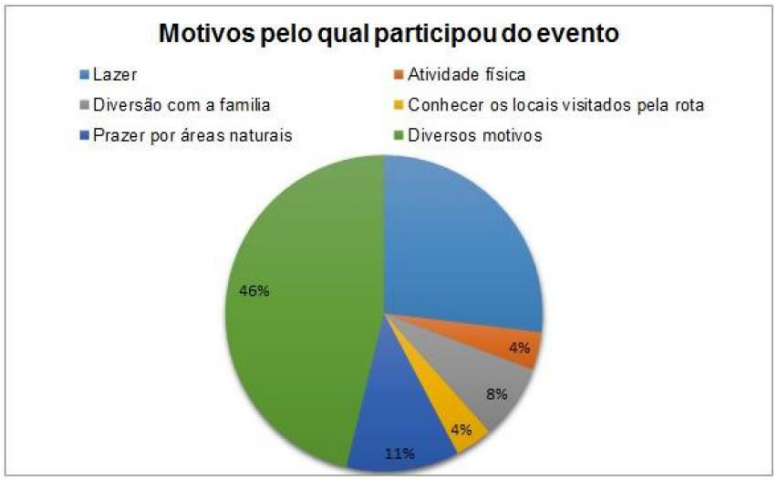
Vale-se de Ignarra (1999, p. 37), para compreender estas respostas, onde, para o autor:

> A demanda turística pode ser segmentada em demanda efetiva e demanda potencial. A demanda efetiva é aquela que já consome determinado produto turístico. Já a demanda potencial é aquela que tem condições para consumir esse produto mas não o faz por alguma razão. Uma razão para o não-consumo pode ser o desconhecimento do produto, por exemplo.

A principal diferença entre as demandas supracitadas está enquanto a demanda real representa essencialmente a aquela parcela de clientes já diagnosticado como verdadeiro, ou seja, as pessoas que já foram atingidas por alguma ação do *marketing*, podendo ser até mesmo a propaganda “boca a boca” (maioria das respostas coletadas), a demanda potencial retrata àqueles clientes que a destinação pode vir a atingir, desde que uma promoção adequada seja trabalhada.

Sobre a motivação desprendida ao passar o domingo percorrendo a Rota Itapará, em diversos momentos mais de uma resposta disponível no roteiro de questões foram consideradas pelos entrevistados, conforme detalha-se no Gráfico 4.

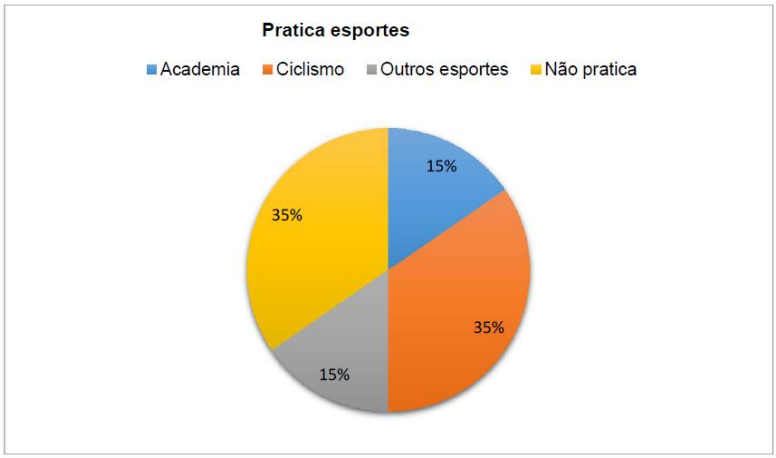
GRÁFICO 4: Motivação pelo Passeio



Fonte: Os autores.

Como também havia a possibilidade de indicar a opção “atividade física”, julgou-se necessário compreender de se o uso de bicicletas poderia ser a principal maneira para exercitar-se ou se o público tem algum tipo de esporte como hábito cotidiano (Gráfico 5). Este índice infere na possibilidade de criação de rotas diferenciadas, com maior nível de dificuldade e extensão, por exemplo.

GRÁFICO 5: Hábitos Desportivos

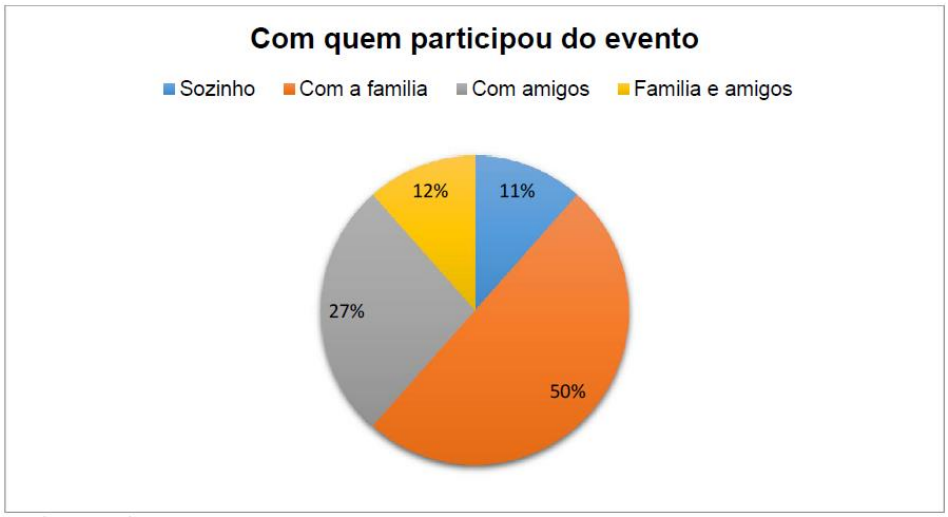


Fonte: Os autores.

Como é considerável o percentual de pessoas que não praticam algum tipo de atividade física, reflete-se que o Evento pode despertar o interesse dos participantes em iniciar algum esporte, como caminhadas ou mesmo um maior uso de bicicletas no dia-a-dia, evitando assim o sedentarismo e seus efeitos nocivos à saúde.

Com objetivo de compreender a maneira que os cicloturistas tinham se dirigido à atividade programada, questionou-se sobre suas companhias durante o percurso da rota, exibidos pelo Gráfico 6.

GRÁFICO 6: Adesão ao Evento



Fonte: Os autores.

Percebe-se neste parâmetro que o evento adquiriu um caráter familiar, o que pode favorecer no planejamento de atividades e serviços dirigidos a este público específico. Em relação à média de gastos desprendido durante o Evento, a maior parte dos entrevistados disse não ter utilizado mais que R$ 40,00 para o passeio, além de não ser registrado nenhuma vez gastos superiores à R$ 100,00 (Gráfico 7).

GRÁFICO 7: Custo Total do Passeio

Fonte: Os autores.

Estes valores podem estar relacionados à falta de estímulos ao consumo de produtos locais e artesanais nas comunidades visitadas, bem como pela pouca oferta ou mesmo de opções de itens disponíveis durante a execução da Rota Itapará. Ressalta-se a importância de impactar os moradores que recebem os Cicloturistas também sob o ponto de vista financeiro, para que o turismo alie sustentabilidade ambiental, cultural, social e econômica.

Os pontos fracos do Evento foram direcionados ao percurso, horário programado e infraestrutura de apoio aos participantes. Ainda assim, o quesito "nada a melhorar" foi o item mais citado desta pergunta, com 27% das respostas. Outras opções são observadas pelo Gráfico 8.

GRÁFICO 8: Pontos Negativos da Rota

Fonte: Os autores.

Para finalizar a tabulação e reflexão sobre os dados coletados em campo, ao questionar os participantes sobre ideias para melhorar o fluxo turístico de Irati, quinze pessoas optaram por não responder ou não tinham nenhuma opinião obre o assunto. As demais onze pessoas (42%) indicaram respostas que envolvem a atuação e a organização do poder público municipal, detalhados no Quadro 2.

QUADRO 2: Opinião sobre o Turismo em Irati

DEFICIÊNCIAS A SEREM SANADAS
Fazer levantamentos e projetos pelos órgãos públicos.
Planejamento para turismo em áreas naturais.
Melhor organização.
Turismo participativo (projetos como o Ciclo que envolvam cada vez mais a comunidade local).
Projetos que envolvam a comunidade.
Ampliar o calendário de eventos.
Investir mais na área.
Melhorar o acesso aos atrativos e a divulgação.
Priorizar o turismo, valorizando locais existentes e organizando as atividades / eventos.
Aumento de iniciativas como a do Cicloturismo.
Parapente.

Fonte: Os autores.

Ainda que existam respostas similares quanto à ampliação do calendário de eventos, evidencia-se uma percepção dos entrevistados enquanto ao descaso do poder público municipal para a atividade turística. A atividade de Cicloturismo é bem aceita pelos participantes que também favorecem a inclusão da participação local no processo de planejamento e execução de projetos do setor.

Assim, identificam-se atributos de considerável valor para uma reflexão dos gestores municipais do turismo de Irati, bem como de toda a cadeia compõe seu *trade*, afinal, esta é a atividade que mais cresce nas últimas décadas (UNWTO/OMT, 2015).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após os resultados da pesquisa, pôde-se visualizar que o evento é bem visto pela população, onde a maioria pretende voltar mais vezes e muitos já vem

participando desde a primeira etapa. Foi propicio para mostrar aos participantes o quanto pode ser aproveitável turisticamente, as áreas naturais e rurais do município.

Durante o evento foi possível perceber que o mesmo está envolvido diretamente com turismo em áreas naturais, turismo rural, turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo gastronômico. Na rota percorrida estão disponibilizados todos esses segmentos, pois aproximadamente 90% do trajeto percorrido é realizado em áreas naturais e na zona rural do município, passando por distintas destinações onde a cultura tem seu diferencial, igrejas com pinturas que salientam seu patrimônio e ainda o almoço que é servido em meio à comunidade.

Assim é notável inúmeros benefícios que o evento Cicloturismo Irati proporciona a população Iratiense, como conscientizá-la sobre a questão ambiental, divulgar os potenciais turísticos existentes nos arredores do município, a movimentação da economia local, troca de conhecimentos através de outras culturas, e por fim, por consolidar-se como mais um evento para o calendário cultural da Prefeitura Municipal de Irati, com ênfase para a atividade turística local.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, L. **Parque Nacional dos Campos Gerais-PR**: Oportunidades para Comunidades de Entorno. 2013, 171 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Território). Ponta Grossa, Programa de Pós-Graduação em Gestão do Território. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2013.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 10.ed. São Paulo: Senac, 2004, 515 p.

COCHINSKI, V; BAPTISTA, L; GOVEIA, E. F. **Cicloturismo Enquanto Produto Turístico**: Estudo de Caso sobre o Evento Cicloturismo Irati. In: CONGRESSO DE TURISMO DOS CAMPOS GERAIS, 3. Ponta Grossa, 2014. Anais. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 1. CD-ROM.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 1.ed. São Paulo: Editora Pioneira, 1999, 205 p.

SANTA CATARINA. **Circuitos de Cicloturismo**: Manual de Incentivo e Orientação para os Municípios Brasileiros. Florianópolis, 2010.

SCHERER, L. et al. **Turismo em Áreas Naturais**: Um Estudo de Caso no Município de Canela (RS). Anais. VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul, p. 01-17, 2012. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplVSeminTur/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/gt06/arquivos/06/04_39_08_Scherer_Pessoa_Lanzer>. Acesso em: 19 abr. 2015.

UNWTO. **Tourism Highlights 2014 Edition**. Disponível em: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2015.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico**: Receptivo e Emissivo: Um Roteiro Estratégico para Projetos Mercadológicos Públicos e Privados. São Paulo: Editora Pioneira, 1999, 302 p.

Anexo 1: Cicloturismo – ETAPA ITAPARÁ – 2014 – Pesquisa de Demanda

1- Sexo:
( ) Masculino
( ) Feminino

2- Estado Civil:
( ) Solteiro
( ) Casado
( ) Outros

3- Faixa Etária:
( ) Abaixo de 20 anos
( ) Entre 20 e 30 anos
( ) Entre 31 e 40 anos
( ) Acima de 40 anos

4- Escolaridade:
( ) 1° Grau Incompleto
( ) 1° Grau Completo
( ) 2º Grau Incompleto
( ) 2° Grau Completo
( ) 3° Grau Incompleto
( ) Pós Graduação

5- Qual sua profissão?
_____

6- Nível de Renda:
( ) Até 500 reais
( ) 501 a 1000 reais
( ) 1001 a 2000 reais
( ) 2001 a 3000 reais
( ) Acima de 3000 reais

7- Reside em Irati?
( )Sim. Bairro:_____
( )Não. Cidade:_____ Estado ( )

8- Caso *NÃO* resida em Irati.
Como você avalia estes serviços?
Hotel: ( ) ótimo ( ) bom ( ) ruim
Segurança ( ) ótimo ( ) bom ( ) ruim
Restaurante: ( ) ótimo ( ) bom ( ) ruim
Acesso: ( ) ótimo ( ) bom ( ) ruim

9- Já havia participado do evento?
Sim, quantas vezes? _____ ( ) Não

11- Como ficou sabendo sobre o Cicloturismo?
( ) Rádio
( ) Jornal
( ) Televisão
( ) Cartazes ( ) Amigos
( ) Outros. Qual? _____

12- Com quem veio ao Cicloturismo?
( ) Sozinho
( ) Com a família____(n° de componentes)
( ) Com amigos _____ (n° de componentes)

13-Motivos pelo qual participou do evento?
( ) Lazer ( ) Esporte ( ) Atividade Física
( ) Diversão com a família e amigos
( ) Conhecer os locais visitados
( ) Prazer por áreas naturais

14- Opinião sobre:
Evento: ( )ótimo ( )bom ( )regular ( )ruim
Organização: ( )ótimo ( )bom ( )regular ( )ruim
Segurança: ( )ótimo ( )bom ( ) regular ( )ruim

15- Você já conhecia o local visitado?
( ) Sim ( ) Não

16- Como você avalia o Cicloturismo?
( ) ótimo ( ) bom ( ) regular ( ) ruim

17-Valor aproximado de gastos com a participação:
( )R$ 40,00 ( ) 41 – 100 ( )101 – 160 ( )161 – 210
( ) Acima de 210

18- Na sua opinião, Irati tem atrativos turísticos?
_____

19- Se sim, qual/quais atrativo(s) visitado(s) que mais gostou?
_____

20- O que poderia melhorar na próxima edição do Cicloturismo? _____

21- Pretende voltar no próximo evento?
( ) Sim ( ) Não