

CICLOTURISTAS NO CIRCUITO DO VALE EUROPEU: PERFIL E PERCEPÇÃO AMBIENTAL

Luana Pedrini¹
Luiz Carlos da Silva Flores²
Leila de Sena Cavalcante³

Resumo: O cicloturismo pode ser definido como viajar de bicicleta. No Brasil, foi Santa Catarina o estado que desenvolveu a primeira experiência em cicloturismo. Este ainda é um segmento em expansão, portanto, a construção de conhecimento na área ainda é pequena. São necessárias contribuições neste tema para fortalecer teoricamente o campo e também para orientar empreendedores da área de turismo em seus negócios. O objetivo deste estudo foi identificar o perfil do cicloturista e sua percepção ambiental no do Velotour 2012 no Circuito do Vale Europeu. A amostra contou com 38 indivíduos participantes do Velotour 2012. Os resultados mostram que a maioria dos participantes é do sexo masculino, possui entre 30 e 39 anos e reside em São Paulo. Quanto à escolaridade, a grande maioria possui o ensino superior completo e sua renda mensal é superior a 10 salários mínimos. Isso se justifica pelo fato de a prática exigir investimento alto em equipamentos apropriados à prática do cicloturismo. Os viajantes ficaram satisfeitos com os serviços e infraestrutura encontrados, a receptividade da população local, hospedagem, informações turísticas e a sinalização foram os itens melhor avaliados.

Palavras-chave: Cicloturismo. Ecoturismo. Percepção Ambiental.

INTRODUÇÃO

O turismo nos dias de hoje vem se mostrando como um grande consumidor da natureza. Nos grandes centros urbanos é a realidade dos moradores: horas no trânsito, muito barulho, odores de poluição, pressão por resultados no menor tempo possível, espaços diminutos de trabalho e moradia, alimentação *fast-food*, as pessoas tem hora para acordar, trabalhar, comer, fazer a sua

¹ Mestranda em Turismo e Hotelaria, Univali, Balneário Camboriú/SC. Especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, FGV. Professora da Faculdade Metropolitana de Blumenau, Uniasselvi/Fameblu. Email: luanapedrini@hotmail.com

² Administrador e Doutor em Engenharia de Produção. Professor e pesquisador do Programa de Mestrado em Turismo e Hotelaria, Univali, Balneário Camboriú/SC. Email: luiz.flores@univali.br

³ Mestranda em Turismo e Hotelaria, Univali, Balneário Camboriú/SC. Especialista em Planejamento, Gestão e Marketing do Turismo (UCB) e Bacharel em Turismo(UFPB). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR). E-mail:leilasena@ifrr.edu.br

atividade física, 5 min de atraso às vezes é sinônimo de dia perdido, diante de toda essa pressão as pessoas sonham com os momentos de lazer, associam o lazer a períodos pós-trabalho diário, finais de semana ou nas férias. Assim, os momentos de lazer viraram uma fuga da realidade, onde se esquece de todos os problemas do dia-a-dia, buscam ambientes naturais onde podem contemplar o verde, os sons de cachoeira e passarinhos, fogem do trânsito, procuram lugares onde a rotina dos autóctones seja no ritmo da natureza, apreciam a alimentação sem pressa para preparar. Nessa “busca do verde” e “fuga” dos tumultos uma das modalidades turísticas em ascensão é o cicloturismo, que pode ser definido como viajar de bicicleta.

No Brasil, foi Santa Catarina o estado que desenvolveu a primeira experiência em cicloturismo. O Circuito Vale Europeu foi criado para mochileiros e cicloturistas. Trata-se de um percurso de estradas de terra preparadas para estes tipos de viajantes. Aspectos como a sinalização e a disponibilização de informações como mapas, atrativos, cidades e serviços foram pensadas em função deste público. O Vale Europeu é uma das dez regiões turísticas que fomentam a atividade no estado. O Velotour é um evento organizado pelo Clube de Cicloturismo do Brasil, acontece no Carnaval no Vale Europeu e tem como objetivo integrar os cicloturistas, promover a atividade e encorajar os iniciantes a viajar de bicicleta.

Percebe-se que o cicloturismo é um segmento novo e os produtos existentes no mercado ainda estão se desenvolvendo. Por esses e por outros motivos, a construção de conhecimento na área ainda é pequena. São necessárias contribuições neste tema para fortalecer teoricamente o campo e também para orientar empreendedores da área de turismo em seus negócios.

Diante de tal carência de dados aprofundados sobre os cicloturistas e suas experiências, definiu-se como questão de pesquisa para este trabalho: Qual o perfil dos cicloturistas participantes do Velotour 2012 e sua percepção ambiental no Circuito do Vale Europeu?

A fim de encontrar as respostas para a questão de pesquisa anteriormente exposta, foi formulado o seguinte objetivo geral caracterizar o perfil do cicloturista e sua percepção ambiental no Velotour 2012 no Circuito do Vale Europeu. E, como objetivos específicos: identificar o perfil socioeconômico do cicloturista e identificar a percepção ambiental dos cicloturistas.

2 BASE CONCEITUAL

2.1 Turismo

O Turismo é uma atividade que tem crescido substancialmente durante os últimos anos como um fenômeno econômico e social, e observa-se uma crescente consciência sobre papel que o turismo desempenha ou pode desempenhar, tanto de forma direta ou, indireta ou induzida, sobre uma economia, em termos de geração de valor. (IBGE, 2008). Segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo) do ponto de vista formal, turismo é a soma de relações e de serviços resultantes de uma mudança de residência, temporária e voluntária, motivada por razões alheias a negócios ou profissionais.

Para Beni (1998) turismo “é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físicos, econômicos e socioculturais da área receptora”.

Para Krippendorf (2000) as pessoas não se sentem mais à vontade onde se encontram. Sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente da rotina do trabalho, da moradia, do lazer, a fim de estar em condições de retomá-la ao regressarem, por isso viajam.

Os elementos mais importantes encontrados nas definições de turismo são o tempo de permanência, o caráter não lucrativo da visita e a procura do prazer por parte dos turistas, como se pode constatar na definição de De La Torre (1992 *apud* BARRETTO, 1995):

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 múltipla inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Mais recentemente a OMT levou o conceito de turismo para além da imagem estereotipada do “sair de férias”. A definição oficialmente aceita é: “o turismo inclui atividade de deslocamento e permanência em locais fora de seu ambiente de residência, por período inferior a um ano consecutivo, por razões de lazer, negócios ou outros propósitos” (GOELDNER, 2002). Verifica-se

nesta definição que são excluídas as viagens dentro da área de residência, viagens freqüentes e regulares entre o domicílio e local de trabalho e outras viagens dentro da comunidade, de caráter rotineiro.

Refletir sobre a atividade turística pode ser um importante exercício a ser feito em conjunto pelos fornecedores de produtos e serviços de um destino, pois esta implica em uma extensa cadeia de elementos que envolvem desejos, sentimentos, intenções e expectativas do cliente que compra um produto sem antes ter experimentado. Neste aspecto, há também os fornecedores de produtos e serviços, que possuem uma diversidade de elos (transporte, hospedagem, alimentação, atrações, etc.) necessários para a composição do produto e que, conjuntamente, precisam atender com qualidade ao esperado pelo cliente, antes, durante e ao final da viagem, preferencialmente superando suas expectativas. (MT, 2011)

De acordo como Ruschmann (1990, p.09) o produto turístico “é composto de um conjunto de bens e serviços unidos por relações de interação e interdependência que o tornam extremamente complexo”, destacando como características mais marcantes a intangibilidade e a heterogeneidade. O turismo é um produto imaterial – intangível – cujo resíduo, após o uso, é uma experiência vivencial. Já, a heterogeneidade da demanda “faz com que as expectativas, com relação aos serviços a prestar, sejam altamente diversificadas, tornando a sua apreciação sujeita às mais diversas interpretações”.

Outras características são relacionadas ao produto turístico como **indivisibilidade**, o produto é consumido e produzido simultaneamente, ou seja, são inseparáveis da fonte que os prestam e os produzem; **variabilidade**, a qualidade depende de quem os proporciona e de quando, onde e como são proporcionados; **interdependência** ou **complementaridade**, alguns serviços são necessários para compor o produto turístico, transporte, hospedagem, alimentação, atrativos entre outros; **perecibilidade**, não podem ser estocados para venda ou uso futuro. (MT, 2011).

Os serviços podem ser definidos como processos que agrupam uma série de atividades que permitem a segmentação, com o objetivo de otimização dos recursos de um destino turístico. “Segmentar é separar os turistas em grupos, de tal forma que a necessidade genérica a ser atendida contemple aspectos específicos” (MTur, 2011).

Não se pode pensar em segmentação do turismo sem pensar em estratégia de marketing, pois grande parte da teoria de segmentos do turismo advém das teorias de marketing. Para Netto e Ansarah (2009)

Os segmentos de mercado turístico surgem devido ao fato de as empresas e os governos desejarem atingir, de forma mais eficaz e confiável, o turista ou o consumidor em potencial. É praticamente impossível um destino turístico abarcar todo o público que em algum momento estaria interessado em consumir seus bens e produtos, assim, a segmentação torna-se o meio mais preciso de se atingir o público desejado.

Ao segmentar, deve-se levar em consideração que os turistas devem ser distintos entre diferentes grupos e os turistas devem ter semelhanças dentro do mesmo grupo. O Ministério do Turismo aponta como principais segmentos: ecoturismo; turismo de aventura; turismo cultural; turismo cinematográfico; turismo de estudos e intercâmbio; turismo náutico; turismo de negócios e eventos; turismo de pesca; turismo rural; turismo social e turismo de sol e praia. (MTur, 2011).

2.3 Turismo de Aventura e Ecoturismo

Ecoturismo é um turismo sustentável em meio à natureza, os turistas buscam experiências com o meio ambiente e com a comunidade local. As atividades propostas no ecoturismo podem ou não envolver turismo de aventura.

Turismo de Aventura não é necessariamente sustentável e pode não ocorrer no meio natural. O turista de aventura busca uma experiência em desafios técnicos, esforço físico e um pouco de adrenalina. Os casos em que as atividades do turismo de aventura são planejadas de forma sustentável, incluindo interpretações da natureza e interação com comunidade local, são classificados também como ecoturismo.

O faturamento das empresas de turismo de aventura e ecoturismo aumentou 21%. Passou de R\$ 491,5 milhões, em 2008, para R\$ 515,9 milhões, em 2009. O dado faz parte do relatório de impacto do Programa Aventura Segura do Ministério do Turismo (MTur), em parceria com a Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta).

Anualmente, o segmento atende 5,4 milhões de turistas em busca de aventura, adrenalina e atividades ao ar livre. Segundo o relatório, o ecoturista e o turista de aventura têm gastado mais no

país. Em 2009, o gasto médio dos aventureiros foi de R\$ 293,00, crescimento de 165% em relação a 2008, quando registraram-se R\$ 112,00 (Ministério do Turismo, 2011).

O aumento de interessados no turismo de aventura já foi previsto como tendência por Ruschmann (1997),

O turismo contemporâneo é um grande consumidor da natureza e sua evolução, nas últimas décadas, ocorreu como consequência da “busca do verde” e da “fuga” dos tumultos dos grandes conglomerados urbanos pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer.

Esportes na natureza é a prática esportiva mais primitiva que o homem conhece, antes do surgimento da escrita, na Pré-História, o homem já corria, saltava, mergulhava, trepava em árvores, nadava para conseguir seu alimento e garantir sua sobrevivência. Hoje as corridas de aventura, o cicloturismo, o *mountain bike*, entre outros, são formas encontradas pelo homem moderno de superar seus limites individuais, desenvolver a capacidade de encarar imprevistos e uma maneira de formar grupos independente do sexo, idade, nível técnico ou local de residência.

As motivações da demanda turística são muitas e têm se orientado em direção à valorização dos aspectos ambientais e paisagísticos do núcleo receptor, da sua autenticidade cultural e da qualidade dos serviços e produtos oferecidos (OMT, 1999).

Sobre a relação do turista com a paisagem, BOULLÓN (2002) escreveu que aquele turista que viaja em excursões interage menos com o ambiente porque geralmente observa a paisagem pela janela do ônibus, automóvel ou avião. Por outro lado, o turista com outros propósitos como praticar algum tipo de esporte interage mais com o ambiente porque, ao desenvolver a atividade, está em contato direto com a natureza. O cicloturista, devido às características de sua viagem, assemelha-se com esse turista que tem mais oportunidade de interagir com seu entorno.

2.4 Cicloturismo

Cicloturismo pode ser definido em seis parâmetros: (1) experiência de ciclismo em lugar afastado da região de moradia fixa, (2) pode estender-se em um único dia ou vários dias de viagem; (3) a natureza da atividade de cicloturismo não é competitiva; (4) andar de bicicleta deve ser o objetivo

principal da viagem; (5) a participação no cicloturismo ocorre apenas em um contexto ativo, e (6) cicloturismo é uma forma de recreação ou lazer (LAMONT, 2009). O cicloturismo une duas opções de lazer: viajar e andar de bicicleta. A bicicleta tem sido valorizada por ser um meio de transporte silencioso, que emite baixos níveis de poluição e proporciona saúde aos seus usuários, entre outros benefícios. Com relação à atividade turística, ela tem sido pensada por diversos países como forma de desenvolvimento do meio rural. As viagens dos cicloturistas normalmente implicam em baixos níveis de impacto ambiental e podem gerar diversos benefícios aos destinos, incluindo uma melhor distribuição de renda e melhor relacionamento entre viajantes e residentes (REZENDE; VIEIRA, 2011).

Percebe-se que o cicloturismo é um segmento novo e os produtos existentes no mercado ainda estão se desenvolvendo. Por esses e por outros motivos, a construção de conhecimento na área ainda é pequena. São necessárias contribuições neste tema para fortalecer teoricamente o campo e também para orientar empreendedores da área de turismo em seus negócios.

O cicloturismo é um segmento de mercado que possui características que atendem às mudanças na demanda por viagens e, por isso, tem crescido muito em diversos países. O governo da Dinamarca, por exemplo, considera a bicicleta uma das principais formas de transporte do país e realiza diversas Políticas Públicas que fomentam seu uso no cotidiano e também durante o lazer (SIMONSEN; JORGENSON, 1996).

O Circuito do Vale Europeu surgiu em 2006, depois dele outros circuitos foram criados, atualmente, todos os Circuitos de cicloturismo brasileiros estão em Santa Catarina: Costa Verde e Mar e Acolhida na Colônia, além do Circuito do Vale Europeu, totalizando três caminhos no estado. (REDE CATARINENSE DE MOBILIDADE TURÍSTICA, 2012).

O Circuito do Vale Europeu atraiu quase 900 turistas em 2011 e espera receber 1,2 mil em 2012. Nunca foi desenvolvido um estudo junto aos cicloturistas que percorreram o trajeto. As únicas informações disponíveis são as respostas preenchidas no Termo de Responsabilidade assinado por todos cicloturistas ou mochileiros que se inscrevem para fazer o circuito. Essas informações (RG, endereço, profissão, e-mail, como soube do circuito, em caso de acidente avisar a) não são digitadas para uso posterior.

Para o Vale Europeu, e para gestores do cicloturismo, o estudo representará reflexões e propostas que poderão nortear ações em benefício da melhor gestão dos negócios turísticos da região e do Brasil.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracterizou-se como um estudo exploratório-descritivo, com delineamento quantitativo, com objetivo de identificar o perfil e a percepção ambiental do cicloturistas que participaram do Velotour 2012.

A população da pesquisa se caracteriza pelo total de 61 participantes do evento e a amostra de 38 cicloturistas que responderam o instrumento de pesquisa, perfazendo um erro amostral de 8,5%, segundo cálculo amostral proposto por Barbata (2006). Os participantes foram convidados à responderem o questionário no final do percurso.

Foi utilizado um questionário, composto por perguntas fechadas, relacionadas à identificação pessoal e informações sobre o evento. Os dados foram analisados com base na estatística descritiva, utilizando medidas de porcentagem.

4. O CIRCUITO DO VALE EUROPEU E O VELOTOUR

A SANTUR (Santa Catarina Turismo) promove 10 regiões em Santa Catarina: Caminho dos Príncipes, Costa Verde e Mar, Serra Catarinense, Caminho dos Cânions, Grande Oeste, Grande Florianópolis, Caminhos da Fronteira, Encantos do Sul, Vale do Contestado e Vale Europeu (SANTUR, 2012). O Vale Europeu tem roteiro de Arte & Charme, de Mochileiros, de Aventura e Emoção, das Flores e Sabor Italiano. (Circuito Vale Europeu, 2012).

O Circuito de Cicloturismo do Vale Europeu percorre sete cidades de Santa Catarina: Timbó, Pomerode, Indaial, Ascurra, Rodeio, Doutor Pedrinho, Rio dos Cedros e retorna a Timbó. São 300 quilômetros de trajeto, projetado para ser concluído em uma semana, pedalando aproximadamente 40 km por dia. O percurso pode ser dividido em parte alta e parte baixa. A parte baixa acompanha o

vale dos rios, indo de Timbó até Rodeio. Possui subidas e descidas, mas retorna sempre a uma altitude pouco maior do que a do nível do mar. Por estas características de relevo, pode ser feito por pessoas que possuam um condicionamento físico razoável e pouca experiência com bicicleta. Já na parte alta, o Circuito sobe a serra em direção às represas, que ficam a cerca de 700 m de altitude. É uma região um pouco mais isolada, onde a natureza está muito presente. São frequentes os trechos em que a estradinha estreita se embrenha na mata e permite que o cicloturista fique muito próximo dos pássaros e outros pequenos animais. O relevo é mais acentuado e exige um bom preparo físico para enfrentar alguns desafios como os longos trechos de subida, e muita experiência em cicloturismo, uma vez que o roteiro cruza locais menos habitados. (VALE EUROPEU, 2012).

O Velotour é um evento organizado pelo Clube de Cicloturismo do Brasil, realizado no Circuito do Vale Europeu, no período do Carnaval. Em 2012 aconteceu a 5ª edição. Para a Eliana Garcia (2011), do Clube de Cicloturismo, o Velotour é “a maior viagem com ciclistas independentes que acontece no país, é o espaço ideal para quem já tem experiência com a bicicleta e quer começar suas viagens. Além disso, é um ótimo espaço para quem já é experiente e está acostumado a viajar sozinho, pois o grupo sempre forma um ambiente ótimo de amizade, cooperação e diversão”.

Durante o ano Velotours são realizados em outros trajetos de cicloturismo pelo país, em outubro, o Circuito Serra Verde e Mar no litoral catarinense recebe os cicloturistas convidados pelo Clube.

5. RESULTADOS

Participaram do Velotour 2012 no Circuito do Vale Europeu 61 cicloturistas. A pesquisa foi realizada no dia 25 de fevereiro de 2012 com todos os 38 viajantes que concluíram o circuito nesta data conforme programado pelos organizadores do Velotour. Alguns cicloturistas concluíram apenas a parte baixa, alguns sofreram quedas e não continuaram a viagem e outros não tinham disponibilidade de pedalar uma semana, voltando antes para suas casas.

5.1. Perfil sócio-econômico

IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
30 de agosto e 01 setembro de 2012 – Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo

No item perfil socioeconômico procura-se traçar algumas características dos adeptos ao cicloturismo e participantes do Velotour/2012. A Tabela 1 apresenta o gênero, a faixa etária e a escolaridade dos 38 respondentes da pesquisa.

Tabela 1: Gênero, Faixa Etária e Escolaridade

Gênero	Faixa Etária	Escolaridade
Masculino 68%	15 a 19 anos 2,6 %	Ensino médio completo - 15,8 %
Feminino 32%	20 a 29 anos 5,3 %	Ensino superior incompleto – 5,3%
	30 a 39 anos 36,8 %	Ensino superior completo – 34,2 %
	40 a 49 anos 34,2 %	Especialização incompleto – 23,7%
	50 a 59 anos 15,8 %	Especialização completo – 21,1%
	acima de 60 anos 5,3 %	

Fonte: Dados da Pesquisa

Verifica-se na Tabela 1 que a maioria dos respondentes é do sexo masculino totalizando 68%, a quantidade de mulheres foi de 32%. A faixa etária com o maior número de respondentes foi de 30 a 39 anos com 36,8% dos entrevistados, a segunda maior faixa etária com maior número de respondentes foi de 40 a 49 anos com 34,2% dos entrevistados. Somando as duas faixas citadas percebe-se que 71% dos entrevistados tinham entre 30 e 49 anos.

Ensino superior completo é o nível de escolaridade de 34,2% dos entrevistados, somando os percentuais dos entrevistados que tem ensino superior completo com os que têm especialização completo ou incompleto, percebe-se que 79%, a maioria, dos viajantes entrevistados tem ensino superior completo.

Quanto a procedência dos cicloturistas que participaram do Velotour, está representada na Tabela 2 - local de residência. Esta questão foi respondida de forma espontânea.

Tabela 2: Local de Residência

São Paulo – 44,7%	Distrito Federal – 5,3%
Santa Catarina – 18,4 %	Bahia – 2,6%
Paraná – 15,8%	Rio de Janeiro – 2,6%
Rio Grande do Sul – 10,5%	

Fonte: Dados da Pesquisa

Verifica-se que o local de residência de 44,7% dos entrevistados é o estado de São Paulo. De Santa Catarina participaram 18,4% dos entrevistados. Da região Sul do país participaram outros 44,7%

dos viajantes entrevistados. Observa-se que apesar de ser em região do estado, o evento atraiu poucos adeptos de Santa Catarina.

A Tabela 3 apresenta a renda familiar dos participantes do Velotour.

Tabela 3: Renda Mensal Familiar

de 1 SM a 3 SM – 15,8%
de 4 SM a 7 SM – 18,4%
de 8 SM a 10 SM – 10,5%
acima de 10 SM – 55,3%

Fonte: Dados da Pesquisa

Verifica-se na tabela acima que a maioria, representando 55,3% dos viajantes entrevistados, possuem renda familiar acima de 10 salários mínimos. Isto representa que não é um turismo muito popular e a prática exige uma renda melhor de forma a investir em equipamentos apropriados a prática do cicloturismo. Fato comprovado por Ruschmann (2002) que cita que os ecoturistas brasileiros possuem renda média superior a R\$3.000,00 mensais.

5.2 Percepção Ambiental

Para analisar a Percepção Ambiental dos cicloturistas no Circuito do Vale Europeu, construiu-se duas tabelas, a Tabela 4 apresentando a satisfação dos viajantes em relação aos serviços oferecidos, considerando serviços a alimentação, a hospedagem, a receptividade da população local, os entretenimentos e os serviços públicos e a Tabela 5 apresentando a satisfação dos viajantes em relação a infraestrutura oferecida, considerando a sinalização, as estradas, o transporte, as lojas de bicicleta e as informações turísticas.

Tabela 4: Satisfação em relação aos serviços oferecidos

Alimentação	Hospedagem	Receptividade da População local	Entretenimentos	Serviços Públicos
Muito bom 28,9%	Muito bom 26,3%	Muito bom 47,4%	Muito bom 16,2 %	Muito bom 10,5%
Bom 36,9%	Bom 55,3%	Bom 39,5%	Bom 38,9%	Bom 36,9%
Regular 31,6%	Regular 18,4%	Regular 7,9%	Regular 29,1%	Regular 23,7%
Em branco 2,6%		Ruim 5,2%	Ruim 10,5%	Ruim 7,9%
			Muito ruim 5,3%	Em branco 21%

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme é demonstrado na Tabela 4, o serviço melhor avaliado foi a receptividade da população sendo considerada muito bom por 47,4% dos entrevistados, seguida pela hospedagem com 26,3% avaliando como muito bom. A alimentação recebeu de 31,6% dos entrevistados a avaliação de regular. Os entretenimentos receberam 5,3% muito ruim.

Tabela 5: Satisfação em relação a infraestrutura oferecida

Sinalização	Estradas	Transporte	Lojas de Bicicleta	Informações Turísticas
Muito bom 31,7 %	Muito bom 23,7%	Muito bom 13,1%	Muito bom 21,0%	Muito bom 29,3 %
Bom 39,4%	Bom 36,9%	Bom 31,7%	Bom 28,9%	Bom 40,2%
Regular 23,7%	Regular 28,9%	Regular 13,1%	Regular 5,7%	Regular 17,5%
Ruim 5,2%	Ruim 10,5%	Ruim 7,9%	Ruim 2,6%	Ruim 13%
		Em branco 34,2%	Muito ruim 2,6%	
			Não utilizou 39,2%	

Fonte: Dados da Pesquisa

Na Tabela 5 verifica-se a seguinte avaliação quanto a infraestrutura: a sinalização foi a melhor infraestrutura avaliada recebendo 31,7% de muito bom e 39,4% de bom. Seguida de informações turísticas que recebeu 29,3% de muito bom e 40,2% de bom. As estradas não agradaram muito os cicloturistas, 10,5% avaliaram como ruim e 28,9% como regular.

6. CONCLUSÃO

O cicloturismo atrai indivíduos de ambos os gêneros e de diferentes faixas etárias. Observa-se que apesar de ser em região do estado de Santa Catarina, o evento atraiu mais adeptos de São Paulo. Quando observamos a renda familiar mensal dos participantes, percebemos que este não é um turismo muito popular e a prática exige uma renda que possibilite investir em equipamentos apropriados a prática do cicloturismo, que possuem custo elevado. A receptividade da população local é um dos pontos fortes do circuito de cicloturismo do Vale Europeu o que desperta nos cicloturistas vontade de voltar ao destino receptor.

Para trabalhos futuros fica a sugestão de pesquisar o perfil de cicloturistas durante todo ano e não somente no Velotour e também comparar dados com cicloturistas de outros circuitos brasileiros.

REFERÊNCIAS

- BARBETTA, P.A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. Florianópolis: UFSC, 2006.
- BARRETTO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas, SP: Papyrus, 1995.
- BICI-SC – Rede Catarinense de Mobilidade Ciclística. Disponível em: <<http://bici-sc.blogspot.com/2010/12/o-que-e-rede-bici-sc.html>>. Acesso em 11 março 2012.
- BOULLÓN, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC, 2002.
- CIRCUITO DO VALE EUROPEU. Disponível em: < <http://www.circuitovaleuropeu.com.br/> .> Acesso em 11 março 2011.
- GOELDNER, Charles R. *Turismo: princípios, práticas e filosofias*. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- GRÖNROOS, C. *Marketing: Gerenciamento e serviços*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Economia do turismo – uma perspectiva macroeconômica 2000-2005*. Rio de Janeiro: Estudos & Pesquisas – Informação Econômica, 2008.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- _____. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo: Atlas, 1998.
- _____. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. São Paulo: Pearson Pertince Hall, 2006.
- LAMONT, M. Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport & Tourism*. Vol. 14, No. 1, February 2009.
- LANZETTA, Leonardo. *Marketing e comunicação*. Portal HSM Management. Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/editoriais/categoria/Marketing?page=3>> Acessado em: 20/01/2011
- Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20110809-1.html>. Acessado em 09/08/2011.
- MT (Ministério do Turismo). *Marketing de destinos turístico*. Workshop Marketing de Destinos Turísticos. Balneário Camboriú: Editora Letras Brasileiras, 2011.
- RESENDE, J.C.; VIEIRA FILHO, N. A. Cicloturistas na Estrada Real: perfil, forma de viagem e implicações para o segmento. *Turismo em Análise*. V.22, n. 1, abril 2011.

IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
30 de agosto e 01 setembro de 2012 – Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo

RUSCHMANN, Dóris. *Marketing Turístico: Um enfoque promocional*. Campinas, SP : Papyrus, 1990. (Coleção Turismo)

SANTUR – Santa Catarina Turismo. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/>>. Acesso em 11 março 2012.

VAZ, Gil Nuno. *Marketing turístico: receptivo e emissor*. São Paulo: Pioneira, 2001.