

**DESAFIOS OPERACIONAIS DE OPERADORAS DE CICLOVIAGENS:
ABORDAGENS E VIVÊNCIAS¹**

RESUMO

O Brasil é referência no turismo de aventura, registrando em 2015 um crescimento anual deste setor entre 15% e 25%, o que tende a continuar em um cenário pós-pandêmico, sobretudo em função da busca por atividades ecológicas e novas experiências. Assim, as ciclovias, que têm a bicicleta como principal meio de transporte, compõem esse cenário. A experiência oferecida aos consumidores no mercado, inclusive ao turista, é resultado de um planejamento eficiente do processo de prestação do serviço, por isso, nas últimas décadas, a logística vem ganhando espaço nas discussões dentro das empresas. Dessa forma, este trabalho teve como objetivo verificar os desafios enfrentados na oferta dos serviços turísticos de aventura de ciclovias com suporte, sendo embasado no Sistema de Turismo (SISTUR). Como unidade de pesquisa foram utilizados múltiplos casos em que três operadoras de turismo de São Paulo foram entrevistadas via *e-mail* e *WhatsApp*, nos meses de maio a junho de 2021. Os resultados evidenciaram as distintas naturezas que compõem os desafios enfrentados por essas operadoras, sendo a precária infraestrutura dos destinos receptores, a articulação dos elementos para a oferta das ciclovias com suporte, o transporte da bicicleta e a ausência na flexibilidade de datas nos de serviços de hospedagem para roteiros específicos de ciclovias. A pesquisa traz contribuições teóricas e práticas, tanto as que tangem à composição de estudos científicos voltados ao turismo quanto as que possibilitam a análise, a proposição, a aplicação e o controle de alternativas que contornem os desafios elencados.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de aventura; Ciclovias com suporte; Desafios; Operações; Operadoras de turismo de aventura.

**OPERATIONAL CHALLENGES OF CYCLE TOUR OPERATORS: APPROACHES
AND EXPERIENCES**

ABSTRACT

Brazil is a benchmark in adventure tourism, registering in 2015 an annual growth of this sector between 15% and 25%, which tends to continue in a post-pandemic scenario, especially due to the search for ecological activities and new experiences. Thus, bicycle tours, which have the bicycle as the main means of transportation, make up this scenario. The experience offered to consumers in the market, including the tourist, is the result of an efficient planning of the service provision process, therefore, in the last decades, logistics has been gaining space in discussions within companies. In this way, this work aimed to check on the challenges faced in offering adventure bike touring services with support, being based on the Tourism System (SISTUR). As a research unit, multiple cases were used in which three tour operators from São Paulo were interviewed via e-mail and WhatsApp, in the months of May to June 2021. The results showed the different

natures that make up the challenges faced by these operators, being the poor infrastructure of the host destinations, the articulation of the elements to offer bike tours with support, bicycle transportation and the lack of diversification on the supplies accommodation services for specific bike tours. The research brings theoretical and practical contributions, as in relation to the composition of scientific studies focused on tourism, as to enabling the analysis, proposition, implementation and control of alternatives that circumvent the challenges listed.

KEYWORDS: Adventure Tourism; Supported Cycling; Challenges; Operations; Adventure Tourism Operators.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma prática social que tem o espaço geográfico como objeto de consumo. Nesse sentido, o Brasil apresenta um amplo potencial turístico. Em 2015, a média do crescimento anual do turismo de aventura, no Brasil, estava entre 15% e 25% (Sebrae, 2015).

Segundo a tendência pela busca por atividades ecológicas e novas experiências coloca as ciclovagens, que têm a bicicleta como principal meio de transporte, como uma alternativa para a prática de lazer.

Em um cenário pós-pandêmico, a procura por atividades ecológicas, ao ar livre e que proporcionem novas experiências, colocam o turismo de aventura como uma alternativa para a prática do lazer (Sebrae, 2015, Braztoa, 2021, Westbrook & Angus, 2021).

Nesse contexto, as ciclovagens compõem esse cenário como um importante elemento (Silva & Oliveira, 2022). Outro aspecto a se considerar é sua contribuição com a mobilidade urbana (Teixeira & Edra 2020). Para estes autores, existem duas maneiras de praticar a ciclovagem, seja de forma autônoma ou com suporte. Nesta última há a contratação de uma operadora, que é uma empresa responsável pela produção e promoção de pacotes e roteiros de viagens e que pode oferecer equipamentos, recursos e outras atividades que estarão à disposição do turista. Por este motivo, a experiência oferecida aos consumidores no mercado, inclusive ao turista, tende a ser fruto do resultado de um planejamento eficiente do processo de prestação do serviço (Silva et al., 2022).

Dessa forma, este trabalho teve como objetivo verificar os desafios enfrentados na oferta dos serviços turísticos de aventura de ciclovagens com suporte. Para a análise das operações realizadas no turismo, foram considerados os três conjuntos que compõem o Sistema de Turismo (SISTUR). Para tanto, foram utilizados como unidade de pesquisa múltiplos casos, em que três operadoras, localizadas em São Paulo, foram entrevistadas, a fim de compreender os desafios que enfrentam na oferta de ciclovagens e quais estratégias utilizam para ofertar um serviço seguro - que proporcione o bem-estar.

A relevância deste trabalho se dá em função da possibilidade de compreender os desafios da operacionalização do planejamento das ciclovagens - atividade turística com potencial mercadológico - e, a partir de tais inferências, listar estratégias para superar as questões levantadas para que seja possível otimizar e melhorar a oferta das ciclovagens.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Turismo

No sentido amplo da palavra e em consonância com a literatura, o turismo tem sido conhecido como a “economia dos sonhos”, pois movimentam diversos setores da economia em prol de atender o desejo dos turistas, viajar, que é tido, muitas vezes, como um sonho (Niñerola et al., 2019, Teixeira & Edra, 2020). De acordo com o Ministério do Turismo, o turismo é um “conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros” (Brasil, 2018, p.30). Beni (2004) também cita:

Viajar é abrir novos horizontes, conhecer novas culturas, lugares e paisagens. A viagem rompe a rotina do cotidiano, revela novos cenários e traz para a vivência dos turistas expectativas sempre surpreendentes. A viagem é um movimento externo e interno ao turista. Externo porque ele desloca-se no espaço físico e no tempo. Interno porque seu imaginário segue na frente, instigando a intelectualidade e o emocional, preparando-o para viver o inusitado em experiências únicas na revelação do desconhecido e do diferente. (Beni, 2004, p. 295).

Assim, além do aspecto técnico e econômico que o turismo carrega, como movimentar a economia e interligar diversos setores do mercado (hotelaria, transportes, agências, restaurantes, entre outros), esse também é considerado como responsável pela realização do sonho de viajar dos turistas. Para Wall (1990 *apud* Lage & Milone, 2009, p.45) o turismo pode ser considerado por três enfoques: o deslocamento temporário de pessoas para destinos que não sejam o trabalho ou a moradia; as atividades realizadas pelos turistas nos destinos; e toda a infraestrutura à disposição do turista.

O turismo é um momento voltado para o lazer. Dumazedier (2000) classifica os tipos de lazer conforme sua principal atividade, então elenca os seguintes interesses do lazer: físico (práticas corporais), social (relações interpessoais), manual (construção, manipulação e transformação), artístico (experiência estética) e intelectual (desenvolvimento cognitivo). Ainda segundo o autor, esse momento pode ser para descanso, desenvolvimento ou diversão. Nesse sentido, o turista, ao se desvincular das obrigações profissionais, familiares e sociais, utiliza seu tempo de lazer para a prática de diversas atividades.

Em meio a um contexto econômico e de intensas relações de trabalho, o turismo, mais especificamente as viagens, representam uma oportunidade de escape de todas as obrigações. O processo “trabalho-moradia-lazer-viagem” torna-se um ciclo de reconstituição do ser humano, assim, o turismo pode ser visto como uma terapia. A viagem reconstitui as energias físicas e mentais, permite o consumo da paisagem, ambiente e cultura, porém, ao regressar ao seu cotidiano, a vontade de viajar surgirá rapidamente no turista (Teti, 2009).

Lage e Milone (2009) discutem a alta representatividade econômica do segmento turístico em vista de que qualquer viagem gera retorno econômico ao local no qual se insere. O turismo é capaz de gerar efeitos econômicos diretos - despesas dos turistas na linha de frente -, indiretos - quando prestadores do serviço da linha de frente adquirem serviços ou produtos de outras empresas - e induzidos - é a renda proveniente de salários e outros encargos que são gastos com novas mercadorias e serviços.

Tal se refere ao fato de a atividade estar necessariamente gerando a produção de recursos econômicos que poderiam ter aplicações alternativas e que são distribuídos para o consumo de toda a sociedade. O número de turistas, em viagens internacionais, em 2019, chegou a 1,5 bilhão, com crescimento de 4% em relação ao ano anterior, gerando um fluxo de US \$1,462 trilhão, representando, assim, 10,4% do Produto Interno Bruto – PIB mundial. Um em cada dez empregos

no mundo são gerados pela cadeia produtiva do turismo. Isso representa mais de 300 milhões de pessoas empregadas ao redor do Mundo (UNWTO, 2020). Apesar do embate sofrido pelo turismo em virtude da pandemia da Covid-19, o setor se recuperou gradativamente e, hoje, apresenta índices positivos, como a cidade de São Paulo que teve um crescimento de 25,2% no Índice Mensal de Atividade do Turismo (IMAT), em comparação ao mesmo período de 2021 (Fecomercio SP, 2022).

2.2 Turismo de aventura

Dois anos de bloqueios e mudanças nas restrições de viagens podem não apenas ter criado um apetite por *'revenge travel'*, ou, “viagens de vingança”, mas também pode ter impulsionado uma maior *'hunger for adventure'*, ou, “fome de aventura” e mais opções de como pagar por isso (PhocusWire, 2023).

O Ministério do Turismo conceitua o turismo de aventura como “movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (Brasil, 2018, p.30). Em função da diversidade paisagística, o Brasil apresenta um extenso potencial em oferta de serviços turísticos de aventura, possibilitando a criação e a ampliação de operadoras, que tenham esse segmento turístico como atividade econômica, a fim de atender o mercado doméstico e internacional (Brasil, 2006).

A operadora de turismo de aventura cria itinerários ideais e vende esses itinerários para indivíduos ou grupos como um produto embalado. O valor da operadora de turismo está em conhecer a demanda atual do mercado e as tendências de viagens e combiná-las com destinos para continuar inovando novos produtos. Geralmente, são itinerários de vários dias - de três dias a três semanas, dependendo do destino e da experiência (ATTA, 2023).

As empresas que atuam nesse segmento têm a responsabilidade de executar as atividades com segurança e qualidade. Nesse cenário, os empreendedores podem contar com a ABNT NBR ISO 21.101:2014, uma norma internacional que estabelece os requisitos de um sistema de gestão da segurança para prestadores de serviços de atividades de turismo de aventura (Sebrae, 2022).

Nesse viés, o turismo de aventura é um dos segmentos que detêm uma elevada demanda de praticantes em função da crescente busca por uma atividade que seja considerada “ecologicamente correta”. Por estar aliado a novas experiências, esse segmento desponta e consegue englobar essas e outras demandas.

Turismo de Experiência é o termo mercadologicamente utilizado na atualidade para descrever uma forma de formatar produtos turísticos, inserindo o turista como protagonista de sua própria viagem (Pezzi & Vianna, 2015).

O crescimento da atividade turística se tornou, em várias localidades, a base da economia local, por outro lado, assim como outros segmentos turísticos, o turismo de aventura causa externalidades positivas e negativas, tais como: a valorização do patrimônio natural e a interferência na paisagem local, respectivamente (Rodrigues & Silva, 2016).

Desse modo, cabe às operadoras prestadoras desses serviços buscarem desenvolver suas atividades com vista a proteger o meio ambiente dos impactos, igualmente, o turista deve ser conscientizado quanto à conservação e bom uso dos espaços. Outrossim, o cumprimento das políticas públicas e a obtenção de certificações de qualidade, como o ISO 14.000, que versa sobre a gestão ambiental e na forma como as empresas se relacionam com o meio ambiente, são essenciais para as operadoras turísticas de aventura que almejam ser reconhecidas por práticas ecologicamente corretas (Decol, 2015).

2.3 Ciclovigagem

A produção e o consumo da bicicleta têm aumentado nos últimos anos, isso em decorrência de diversos fatores, sendo um desses o aspecto prático e sustentável dessa modalidade de transporte (Sebrae, 2015, Westbrook & Angus, 2021). Igualmente, a busca por viagens ecológicas e sustentáveis tem colocado a bicicleta como uma alternativa para os turistas. As ciclovigagens representam um subsegmento do turismo de aventura, podendo ser nacionais e internacionais, têm a bicicleta como principal meio de transporte e podem ter a duração de um ou mais dias (Providelo & Sanches, 2010, ABRACICLO, 2021, Teixeira & Edra, 2020).

Existem duas maneiras de praticar a ciclovigagem: autônoma ou com suporte. De forma autônoma, o ciclista planeja e executa sua viagem independente de uma operadora especializada, por outro lado, ao optar por viajar com suporte, é contratada uma operadora que, a depender do pacote e do roteiro oferecido, dispõe de equipamentos, de recursos e de atividades preparadas que estarão à disposição do turista (Roldan, 2000).

Um estudo sobre o cicloturismo na Costa Rica buscou evidenciar algumas práticas das operadoras de turismo (Benavides, 2016). Uma estratégia utilizada pelas operadoras, a fim de atingir um nicho de mercado específico, é ressaltar, no momento da comercialização e promoção dos seus serviços, o cuidado com o meio ambiente e a melhora da saúde dos participantes. Outrossim, a pesquisa mostra que uma fragilidade enfrentada por essas operadoras no momento do preparo e realização da ciclovigagem é a compra e manutenção dos equipamentos necessários à atividade.

Conforme Souza e Souza (2022) a bicicleta representa um componente que desempenha um papel importante não só como meio de transporte, mas também como elemento motivador para os visitantes explorarem o destino, aprenderem sobre a sua cultura, além de desfrutarem com maior liberdade das suas atrações.

Os estudos sobre as mobilidades turísticas partem do princípio que os lugares turísticos se organizam através de uma constante elaboração: feitos e refeitos pelas mobilidades e performances de turistas e trabalhadores, imagens e patrimônio, as últimas modas e as mais recentes doenças (Allis, Moraes & Sheller, 2020).

Dentro desse contexto, Procopiuck, Segovia e Procopiuck (2021) destacam que em algumas metrópoles brasileiras, a mobilidade urbana ciclável ainda é dependente, em sua maior parte, do envolvimento dos cidadãos e da sociedade civil organizada. E, mesmo assim, a política de construção de infraestrutura física para bicicletas é uma prioridade menor do que outros planos de infraestrutura, algo que tem impedido o avanço da inserção de bicicletas no meio urbano das cidades com um sistema de mobilidade, ressaltam estes autores. Para Silveira e Maia (2015, *apud* Souza & Souza, 2022), no Brasil o automóvel é considerado um símbolo de status, enquanto que veículos sustentáveis, tais como a bicicleta são estigmatizados como meio de transporte utilizados pela população de baixo rendimento.

Na visão de Nilsson (2019) essa condição da infraestrutura abre espaço para o desenvolvimento e investimentos no cicloturismo como uma forma de turismo urbano sustentável, aproveitando a melhoria da infraestrutura e as amplas facilidades que podem ser ofertadas para os turistas por meio da bicicleta. Han et al. (2020) corroboram com essa visão e, ainda acrescentam que a tendência para os próximos 75 anos, deverá ser a crescente popularidade do turismo ciclístico e os aprimoramentos das bicicletas eletrônicas, os quais atrairão ainda mais os ciclistas e apreciadores da natureza.

Conforme estudo realizado pela Aliança Bike e pelo Laboratório de Mobilidade Sustentável da Universidade Federal do Rio de Janeiro (2018), o cicloturismo pode ser

compreendido por três vieses: passeio de um dia, passeio fora ou no local de residência do turista (cicloturismo urbano); ciclismo de férias, quando o ciclismo faz parte de um conjunto maior de outras atividades (*mountain bike*); e viagens de bicicleta, em que a bicicleta é a principal motivação e modo de transporte da viagem (rotas de cicloturismo). É sobre esta última que se trata a presente pesquisa. Ademais, as rotas de cicloturismo podem ter abrangência local, regional, nacional e continental.

O processo de elaboração de roteiros cicloturísticos pressupõe a alocação de infraestrutura, em especial a sinalização indicativa, turística e interpretativa, pontos de apoio ao cicloturismo e serviços específicos. Para tanto, o envolvimento dos gestores públicos, empresariado e comunidade local, constitui fator primordial para que a região desenvolva a prática do cicloturismo em atenção às normativas deste segmento (Sousa & Carvalho, 2021).

Rosa & Silva (2020) realizaram um estudo comparando as políticas públicas para o cicloturismo em dois municípios - Piraquara (Brasil) e Eisenstadt (Áustria). Para as autoras, é possível notar que a estruturação das ciclorrotas é um aspecto considerado pelo poder público em ambas localidades. Ressalta-se que o município austríaco dispõe de mais ciclorrotas do que Piraquara e possui mais equipamentos que podem amparar os visitantes durante suas atividades.

Um estudo encomendado pelo Parlamento Europeu em 2012 estimou que existem mais de 2,2 bilhões de viagens de cicloturismo e 20 milhões de viagens noturnas feitas todos os anos na Europa. Estes têm um impacto econômico estimado em 44 mil milhões de euros (The European Cycle Route Network Eurovelo, 2012).

2.4 Sistema de Turismo

O turismo tem relação direta com a memória afetiva individual e coletiva, visto que, ante a experiência positiva, provoca-se certa expectativa em recriar o momento que anteriormente já proporcionou felicidade e satisfação (Rocha et al, 2022). A experiência oferecida ao turista é parte fundamental da prestação do serviço. A atenção aos processos ligados aos produtos e aos serviços é tão importante quanto os processos vinculados à transmissão da experiência do serviço ao turista. Sendo assim, serviços de alta qualidade podem proporcionar vantagens competitivas consideráveis à operadora, ao manter uma imagem positiva da empresa, ao reduzir os custos de retrabalho, de reclamações e de ressarcimento e, mais importante, gerar turistas satisfeitos. Alguns gestores de operações acreditam que a qualidade é o fator mais importante e que afeta o desempenho de uma empresa em relação aos seus concorrentes (Cabrera, 2016, Slack et al., 2017).

Esta situação se torna mais complexa na prestação de serviços, pois a satisfação do turista sofre interferência direta, em tempo real, incluindo as ações e as atitudes dos funcionários, bem como a forma de interação com esses consumidores, que é afetada pela característica de perecibilidade dos serviços (incapacidade de sua estocagem), o que mostra a importância da previsão da demanda para um planejamento e controle eficazes e em equilíbrio com a capacidade demandada. Isso significa que um serviço perdido não pode ser utilizado para satisfazer a um incremento de demanda posterior. Em uma perspectiva mais ampla, existe a chamada cadeia de suprimentos, que responde por toda a movimentação de materiais, internos e externos à empresa, iniciando pela chegada da matéria-prima até a entrega do produto ao cliente (Castelli, 2006, Ching, 2010, Zeithaml et al., 2014). O turismo, como um serviço, é um sistema que integra diversas ações e conjuntos, bem como é apresentado na Figura 1 que retrata o Sistema de Turismo (SISTUR) desenvolvido por Beni (2019).

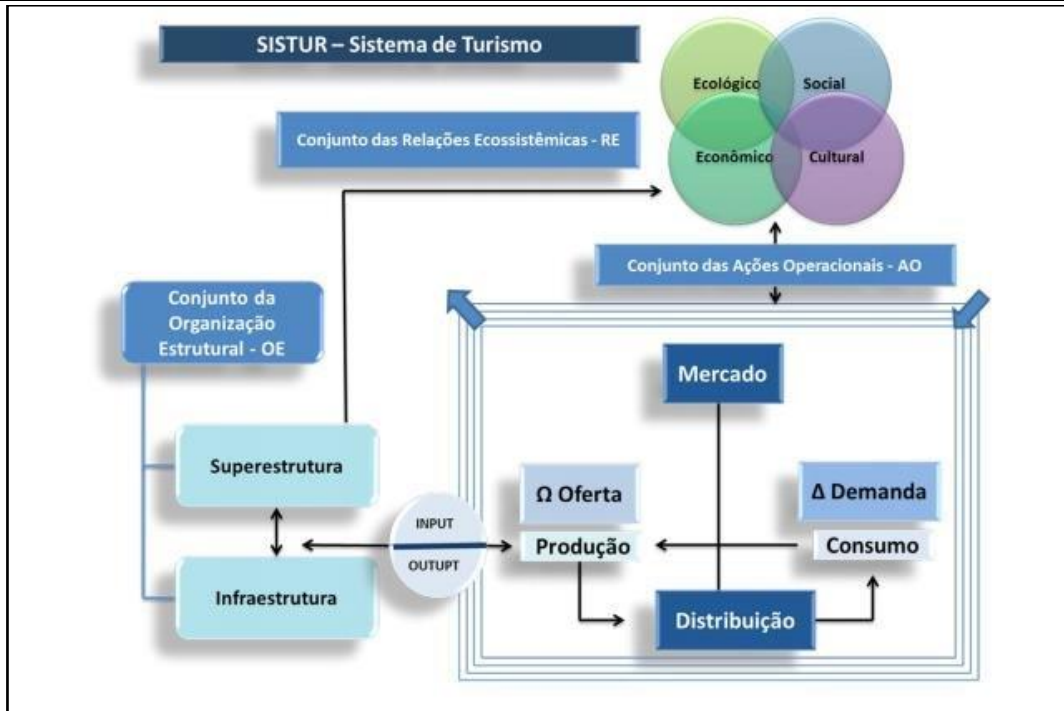


Figura 1 - Sistema de Turismo (SISTUR)
 Fonte: Beni (2019).

Ao refletirem sobre Sistema de Turismo Beni & Moesch (2017) apontam que:

O SISTUR, reconstruído a partir da teoria da complexidade, representa sair do modelo explicativo da ciência rigorosa, ou eixo ou modelo da Biologia, e passar a reconstruir o turismo por um modelo histórico-cultural, aceitando a questão global da existência do fenômeno e abrindo-se a uma pesquisa e a um debate em uma linguagem elaborada, iniciando uma busca de sentido, o que vem a ser estruturante no fenômeno turístico. Ou seja, seus objetos constituintes do todo: objeto da infraestrutura, objeto superestrutura, objeto social, objeto cultural, objeto ecológico, objeto econômico e objeto do mercado. (Beni & Moesch, 2017, p.448).

Desse modo, pode-se fazer a seguinte relação entre o Sistema de Turismo e o turismo de aventura:

Conjunto	Caracterização
Conjunto das relações ecossistêmicas (ecológico, social, econômico e cultural).	O turismo de aventura é caracterizado por causar mínimos impactos ambientais, movimentar a economia e possibilitar o intercâmbio cultural entre o turista e a comunidade receptora.
Conjunto das ações operacionais (oferta-produção, mercado, distribuição e demanda-consumo).	É preciso que haja a demanda - pessoas interessadas em novas experiências que sejam ecologicamente corretas - e a oferta - agências/operadoras certificadas e/ou especializadas no ramo -, o que é característico do mercado.

Conjunto da organização estrutural (superestrutura e infraestrutura).

Referente à superestrutura, é preciso que haja a parceria entre a sociedade civil, o poder público e o privado para traçarem estratégias e políticas para o segmento de turismo de aventura, assim, viabilizando a sua prática, como a criação dos processos de normalização e certificação no turismo na mencionada ABNT NBR ISO 21.101:2014. Já na infraestrutura, a cidade receptora precisa apresentar mínimos recursos para atender as necessidades da demanda, como serviços de transporte, saneamento, equipamentos, atrativos, pronto-socorro, estradas conservadas, iluminação adequada, segurança, placas de sinalização, manutenção das vias, hospedagens, restaurantes e outros.

Quadro 1 - SISTUR e o turismo de aventura

Fonte: Adaptado de Beni (2019).

2.5 Operadoras de turismo de aventura

O turismo de aventura vem atraindo ao longo dos tempos diferentes públicos, os quais têm buscado soluções que saiam do modelo de pacotes tradicionais ofertado pelo mercado, havendo um aumento na busca por diversidades que promovam mobilidade urbana e contato com a natureza (Janowski et al., 2021). De acordo com estes autores é necessário que se amplie as discussões em torno do tema, havendo interesse acadêmico, porém, ainda aquém das necessidades demandadas pelo crescimento exponencial deste setor.

Dentro desse contexto, Carvalho Silva et al. (2019) destacam que em terras brasileiras operadoras de turismo têm oferecido pacotes voltados ao turismo de aventura, havendo uma demanda crescente relacionada a cicloturismo.

As operadoras de turismo são pessoas jurídicas que exercem atividades econômicas e que prestam serviços de turismo de aventura. No entanto, as atividades variam conforme a sua missão, podendo organizar atividades de aventura, tais como: cicloturismo, canoagem, rapel e arborismo; promover eventos; criar roteiros e pacotes turísticos, entre outras ações, sempre com observância às normas técnicas que regulam tais atividades, a fim de garantir a segurança (ABNT, 2016, Brasil, 2018, Stein & Athanásio, 2016).

O objetivo dessas operadoras é oferecer suporte técnico e logístico aos turistas. A depender do roteiro, a empresa engloba, ou não, determinados serviços, como refeição, equipamentos e treinamentos. Conforme Silva et al. (2019) algumas das vantagens da contratação de uma operadora especializada nesse segmento turístico são: a possibilidade de viajar em grupo e com todo o suporte necessário - como carro de apoio, serviços de primeiros-socorros, piquenique e apoio mecânico, por exemplo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a análise dos desafios operacionais de operadoras de cicloturismo foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva. O procedimento da coleta de dados ocorreu mediante entrevistas realizadas junto a três operadoras de turismo localizadas na cidade de São Paulo (Quadro 2) e, também, por meio de pesquisa bibliográfica, documental e múltiplos casos (Gil, 2018, Lakatos & Marconi, 2017, Lozada & Nunes, 2018). As três operadoras foram escolhidas por proximidade social entre os pesquisadores e os pesquisados. Quando existe uma certa familiaridade ou proximidade social entre pesquisador e pesquisado as pessoas ficam mais à vontade e se sentem mais seguras para colaborar (Boni & Quaresma, 2005).

Operadoras (Op.)	Ano de Fundação	Cidade	Destinos
Op. A	1997	São Paulo	Brasil
Op. B	2015	São Paulo	Brasil e exterior (Alemanha, Áustria, Bélgica, França, Itália, Reino dos Países Baixos e Suíça)
Op. C	2016	São Paulo	Brasil e exterior (Chile e Itália)

Quadro 2 - Dados das operadoras

Fonte: Os autores (2021).

Recorda-se ainda que em função da crise pandêmica da COVID-19 - que levou à adoção de medidas emergenciais de distanciamento social - foi inviável o estudo *in loco* dos processos envolvidos na oferta dos serviços turísticos das ciclovias das três operadoras, fazendo com que o contato ocorresse por meio de Tecnologias da Informação e Comunicação – TICs –, mais especificamente via *WhatsApp* e *e-mail*, sendo por este último meio encaminhados os Termos de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLEs) da pesquisa, os quais foram aceitos pelos proprietários – entrevistados. Após a composição do trabalho, esse foi enviado a cada participante da pesquisa, os quais concederam o aceite do que foi expresso no presente artigo.

Com o início da coleta das respostas no mês de maio e encerramento em junho de 2021, os dados e informações foram obtidos por meio da entrega das cinco questões, esse, por sua vez, construído com base no referencial teórico quanto à demanda pelo turismo de aventura, o uso das bicicletas na contemporaneidade, além de aspectos voltados ao processo das operadoras na prestação dos serviços turísticos de ciclovias. Ao fim, as respostas foram transcritas, analisadas e ajustadas ortograficamente. As questões foram:

1. Quais os desafios logísticos enfrentados na oferta das ciclovias?
2. Quais os equipamentos e recursos essenciais nas ciclovias?
3. Como são realizadas as ciclovias?
4. Qual o perfil das pessoas que procuram esse tipo de viagem?
5. Como manter a segurança e bem-estar em viagens?

A metodologia escolhida aproxima-se daquela empregada por Benavides (2016), em sua análise do cicloturismo costaricense.

4 RESULTADOS E ANÁLISE

O estudo de múltiplos casos, proposto neste trabalho, é composto pelas operadoras A, B e C. As entrevistas foram realizadas via *e-mail* e *WhatsApp* (entrevistas feitas online de forma assíncrona). As três empresas organizam seus roteiros, não apenas intermedeiam a venda de propostas já formatadas. Na primeira questão, são evidenciados os desafios enfrentados na oferta das ciclovias. A Op. A afirma que o transporte da bicicleta e a inflexibilidade na oferta de serviços de hospedagem são os empecilhos nas ciclovias, para a Op. B, o problema está na precária infraestrutura dos destinos, enquanto que a Op. C destaca que a junção e a articulação dos

elementos necessários nas ciclovias constituem o desafio da operação. Diante dessa constatação, foram verificadas distintas naturezas que compõem os desafios enfrentados pelas operadoras entrevistadas.

Os desafios listados pela Op. A e pela Op. C convergem para o que Beni (2019) denomina como Conjunto das Ações Operacionais, no qual a oferta deve produzir bens de consumo que sejam eficazmente distribuídos à demanda, porém, conforme destacado na entrevista, há problemas nessa dinâmica quando no processo produtivo existem falhas, internas e externas, que podem influenciar na oferta das ciclovias. Nessa perspectiva, Tontini e Zanchett (2010) elencam que algumas das dimensões da qualidade em serviços são justamente a flexibilidade no serviço prestado, a confiabilidade e a agilidade na entrega. Nesse mesmo aspecto, Lesmana et al. (2021) citam que a satisfação do cliente tem plena mediação entre a qualidade do serviço e fidelização de clientes e que a maneira como o serviço é planejado e prestado influencia diretamente na experiência do turista, o que inclui a ação dos agentes diante de situações-problema que podem surgir durante o processo.

A resposta da Op. B, para a primeira questão, se enquadra no Conjunto da Organização Estrutural, em que o desafio está na infraestrutura da cidade receptora, como sanitários, serviços de emergência, transporte, saneamento, equipamentos, atrativos e outros. Segundo a operadora, tais elementos são imprescindíveis, principalmente, quanto maior for a distância percorrida na viagem e maior a dificuldade técnica existindo, portanto, a necessidade de montar rotas que equilibrem e contenham todos esses recursos. Esse aspecto se refere à cadeia de suprimentos, para a qual segundo Ching (2010, p. 78): “é vital integrar os processos da empresa com os fornecedores e estabelecer relações estreitas e duradouras”, no caso, a cidade seria a fornecedora da infraestrutura necessária para atender às necessidades dos turistas e das operadoras.

Quanto a isso, ainda existem aspectos que vão além de serviços de apoio e infraestrutura básica nos destinos turísticos. Na literatura e no mercado atuais, estão em voga as chamadas “cidades inteligentes”. Sobre essas, Lee et al. (2020) afirmam que o investimento em tecnologias nas cidades representa um fator chave para a competitividade do destino, bem como para a promoção de ambientes sustentáveis e que otimizem e possibilitem um bom relacionamento entre o turista e a comunidade autóctone. Visto isso, a ideia central de cidade inteligente pode melhor atender às necessidades dos turistas que praticam ciclovias, ao mesmo tempo que estimula o desenvolvimento e progresso local para os moradores da região, isso em todos os aspectos (saúde, educação, transporte, turismo, bem-estar, entre outros).

No que tange aos equipamentos essenciais nas ciclovias - questão dois - as operadoras elencam recursos semelhantes, como a hospedagem, a bicicleta e o carro de apoio. A Op. B acrescenta, além do mapa da rota em um dispositivo *Global Positioning System*, ou Sistema de Posicionamento Global - GPS projetado especificamente para ciclistas, algumas ações e planejamentos que também são fundamentais, como o plano para primeiros socorros e treinamento de como usar recursos mecânicos e suprimentos. Sobre a realização das ciclovias, os processos também são semelhantes, as três operadoras, evidenciam que há o preparo e desenho antecipado do roteiro. Esse planejamento exerce elevada influência na experiência oferecida ao turista (Ballou, 2006, Cabrera, 2016). Quanto a este aspecto, Benavides (2016) propõe que seja desenvolvido um estudo econômico que demonstre a viabilidade de execução de um plano de compra e manutenção de equipamentos.

O perfil das pessoas, descrito na resposta da Op. C, que mais buscam serviços de ciclovias são as de meia idade, que conhecem os principais pontos do mundo e procuram locais que mostrem a realidade do país. Consoante ao perfil das pessoas descritas, a Op. B também recebe, principalmente, homens e mulheres mais maduros que buscam uma conexão mais próxima

com a natureza e querem sentir a emoção da aventura dentro da zona de segurança. Por outro lado, a Op. A acrescenta que o público está diversificado, que mesmo os jovens estão procurando por esse tipo de viagem.

A esse respeito e fazendo um contraponto a uma cultura ciclista tradicionalmente liderada por ciclistas do sexo masculino, Dickinson e Lumsdon (2010, *apud* Souza & Souza 2022), bem como Simpson (2001), destacam uma série de estudos históricos e contemporâneos que identificaram a liberdade e o empoderamento que o ciclismo cria para as mulheres por meio do aumento da mobilidade independente. Existe também estudos com foco na compreensão sobre as barreiras de gênero ao ciclismo e como a participação das mulheres poderia ser impulsionada para direcionar as mulheres como “consumidoras” de bicicletas e promover um estilo de vida saudável (Hanson, 2010).

Plog (1974 *apud* Hirata & Braga, 2017) se dedicou ao estudo da motivação no turismo, isto é, analisou as características individuais ou interiores que interferem na motivação do turista ao viajar. A partir de tais inferências, o autor criou classificações psicográficas para caracterizar os diferentes públicos do turismo, os quais variam entre dois extremos, a saber: psicocêntricos (confiáveis) e aloocêntricos (aventureiros). Dado o nível de dificuldade e demandas técnicas e físicas necessárias para a prática de ciclovias, com base na teoria de Plog, Salokangas (2020) identificou que o tipo de turista mais provável entre os ciclistas de turismo é o aventureiro.

Na última questão, quando perguntado sobre como manter a segurança e o bem-estar nas ciclovias, houve um consenso entre as três operadoras, as quais colocaram que existe a necessidade de realizar a prospecção do local no qual será desenvolvido o roteiro, bem como o planejamento e listagem de todos os equipamentos, recursos e as instruções que serão essenciais para a oferta da ciclovias. Essa fase de análise da infraestrutura do destino e de contato com possíveis empresas para a compra de serviços, como hospedagens, pode impactar na qualidade do que será ofertado e, conseqüentemente, na satisfação do turista (Castelli, 2006, Zeithaml et al., 2014).

Por fim, outro aspecto que pode englobar o planejamento e a produção do produto turístico em questão é o conceito de Turismo 4.0. Assim, Korže (2019) enfatiza uma das características dessa modalidade no mercado: a co-criação dos serviços turísticos por parte dos clientes, ou seja, o planejamento do destino também pode ser realizado em conjunto com o turista, a fim de que o serviço, no caso a ciclovias, seja customizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aumento na busca de atividades turísticas ecológicas que proporcionem novas experiências era uma realidade mesmo antes da Pandemia. Evidências mostram que em um cenário pós-pandêmico haverá cada vez mais adesão a essas práticas. A retomada do turismo se dará, primeiramente, no segmento do turismo doméstico, a tendência na procura de atividades sustentáveis, ao ar livre, que proporcionem a segurança e que sejam um contraponto ao turismo de massa coloca o turismo de aventura como alternativa na prática do lazer.

Entre as diversas atividades possíveis dentro do turismo de aventura se encontram as ciclovias, entendidas como viagens que têm a bicicleta como principal meio de locomoção do turista. A execução das ciclovias envolve diversos elementos que compõem a sua oferta - como hospedagem, transporte, roteiro, TICs, bagagens, equipamentos mecânicos e de primeiros socorros - os quais precisam estar bem articulados, pois a experiência oferecida ao turista é

resultado de um planejamento eficiente do processo de prestação do serviço.

Assim sendo, o principal objetivo deste trabalho foi verificar os desafios enfrentados na oferta dos serviços turísticos de aventura de ciclovias com suporte. Para isso, foi realizado um estudo de múltiplos casos com três operadoras, A, B e C, que ofertam serviços de ciclovias. O trabalho objetivou verificar os desafios elencados por cada operadora, evidenciando as semelhanças e as divergências apresentadas em cada resposta. Outras finalidades da pesquisa foram enumerar os equipamentos e os recursos essenciais para essa oferta, exemplificar como são realizadas as ciclovias, identificar o perfil das pessoas que procuram esse tipo de viagem e citar como manter a segurança e bem-estar nas viagens.

Os resultados evidenciaram que os desafios enfrentados pelas operadoras de ciclovias possuem naturezas específicas, considerando os conjuntos do SISTUR, sendo: a articulação dos elementos necessários para a oferta das ciclovias, a infraestrutura dos destinos receptores, os serviços ofertados por demais empresas turísticas e o transporte das bicicletas. No primeiro caso, o planejamento, a listagem e o controle dos recursos necessários são fundamentais para uma melhor organização e articulação desses equipamentos. No que tange à infraestrutura dos destinos, esse é um desafio enfrentado pelas três operadoras entrevistadas, as quais alegam diversas questões que precisam ser pensadas antes de oferecerem os serviços de ciclovias, como prontos-socorros, infraestrutura básica e hospedagens, o que abarca, também, os pacotes e os serviços oferecidos pelas demais empresas do turismo, os quais, às vezes, não atendem as demandas das ciclovias. Sobre o transporte da bicicleta, esse é um desafio tanto em viagens nacionais quanto internacionais, que engloba também, quando contratados serviços terceirizados, o pagamento de taxas adicionais.

Referente aos desafios elencados, as operadoras comentam algumas alternativas para contorná-los, como o estudo da cidade receptora, para averiguar a sua infraestrutura, e o transporte da bicicleta realizado pela própria operadora. No entanto, essas questões continuam sendo desafios que para serem solucionados dependem da intervenção de mais agentes, como: os órgãos públicos e demais empresas do segmento turístico. Nesse sentido, a presente pesquisa é relevante em aspectos práticos e teóricos. No campo teórico, o artigo contribui na composição de estudos científicos voltados ao turismo, às ciclovias e à gestão de operadoras, possibilitando o contato de estudantes, e de toda a sociedade interessada, com pesquisas dessa categoria.

Concernente à contribuição prática, a partir do panorama dos desafios operacionais enfrentados será possível a proposta, a aplicação e a execução de alternativas que contornam esses desafios, para uma oferta otimizada e que atenda com qualidade o turista. As operadoras de ciclovias podem analisar e elaborar ações estratégicas para solucionar os problemas encontrados. Os órgãos públicos responsáveis pela organização e planejamento das cidades, principalmente pelas estâncias turísticas, a partir da constatação da carência na oferta de infraestrutura básica, podem repensar o planejamento urbano, como por meio da proposta do desenvolvimento da cidade inteligente no destino. Igualmente, outras empresas prestadoras de serviços fundamentais na oferta das ciclovias, como hospedagens e transportadoras, podem flexibilizar e buscar otimizar os seus serviços para o atendimento das operadoras de ciclovias. Essas ações são fundamentais por vários aspectos, sendo um deles o fato da tendência de maior adesão às práticas turísticas sustentáveis e ao ar livre, o que coloca as ciclovias como uma das alternativas.

Por fim, uma limitação da pesquisa foi a impossibilidade de atribuir a todas as demais operadoras de ciclovias os desafios operacionais apresentados nas entrevistas. Recomenda-se que, em estudos futuros, sejam analisados os desafios operacionais e as respectivas ações, por parte de distintos agentes, que buscam contorná-los, também sobre as operações das ciclovias

realizadas de forma autônoma – sem suporte. Ademais, em termos de continuidade da pesquisa, prospecta-se avançar na análise de dados relativos à avaliação qualitativa e quantitativa de Conteúdos Gerados pelos Usuários (CGU), isto é, as avaliações dos próprios turistas diante dos serviços prestados pelas operadoras de ciclovias, outra possibilidade é realizar uma análise quali-quantitativa das ocorrências enfrentadas pelos turistas que podem afetar a adesão à prática de ciclovias.

REFERÊNCIAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas; Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2016). *Turismo de aventura – Sistema de gestão da segurança*. Rio de Janeiro: ABNT; Sebrae.

ABRACICLO – Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicycletas e Similares. (2021). *Produção de bicicletas 2021*. São Paulo: ABRACICLO.

Aliança Bike e Laboratório de Mobilidade Sustentável da Universidade Federal do Rio de Janeiro (LABMOB/UFRJ) . *Economia da Bicicleta no Brasil*. Brasil, 2018. Disponível em: https://aliancabike.org.br/wp-content/uploads/docs/2020/05/ECONOMIA-DA-BICICLETA-26-10-18_ultima-versao.pdf. Acesso em 04 abr. 2023.

Allis, T., Moraes, C. M. dos S., & Sheller, M. (2020). Revisitando as mobilidades turísticas: . *Revista Turismo Em Análise*, 31(2), 271-295. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i2p271-295>

ATTA. Adventure Travel Trade Association. (2023). Understanding the Supply Chain of Travel. ATTA News, Business Development, By Casey Hanisko, 3 January 2023. Disponível em: <https://www.adventuretravelnews.com/understanding-the-supply-chain-of-travel>. Acesso em: 04 abr. 2023.

Balassiano, R. et al. (2019). *O Cicloturista Brasileiro 2018: relatório geral*. Rio de Janeiro: Coppe-UFRJ. Disponível em: <http://planett.com.br/wp-content/uploads/2019/11/O-Cicloturista-Brasileiro-2018-Relatorio-Geral.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2023.

Ballou, R. H. (2006). *Gerenciamento da cadeia de suprimento/logística empresarial*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman.

Benavides, C. E. L. (2016). Cicloturismo en Costa Rica: una mirada a los tour operadores. *Pensamiento Actual*, 16(27), p. 157-167. <https://doi.org/10.15517/pa.v16i27.27431>

Beni, M. C. (2019). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora Senac, 2019.

Beni, M. C. (2004). Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. *Turismo: visão e ação*, 6(3), p. 295-295. <https://doi.org/10.14210/rtva.v6n3.p295>

Beni, M. C. & Moesch, M. (2017) A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. *Revista*

Brasil. Ministério do Turismo. (2018). *Glossário do turismo*: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. Brasília: Ministério do Turismo.

Brasil. Ministério do Turismo. (2006). Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. *Turismo de aventura*: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo.

Boni, V. & Quaresma, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Em Tese: Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(1), jan.-jul., p. 68-80.

Braztoa - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo. (2021). *Anuário BRAZTOA 2021*. São Paulo - SP. Disponível em: <https://www.braztoa.com.br/>. Acesso em 04 abr. 2023.

Cabrera, C. (2016). *El Cellar de Can Roca*: criação de valor em empresas de serviços. São Paulo: Editora Senac.

Carvalho Silva, M. C., Noshi, N. M. & Almeida, M. (2019). Agências de Turismo de Aventura no Brasil. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(27), p. 25. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/curydes27turismo-aventura-brasil>. Acesso em 04 abr. 2023.

Castelli, G. (2006). *Gestão hoteleira*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Ching, H. Y. (2010). *Gestão de estoques na cadeia integrada supply chain*. 4. ed. Atlas.

Decol, F. (2015). Aspectos e impactos do turismo de aventura – rafting. *Fiep Bulletin Online*, 85(1) <https://doi.org/10.16887/85.a1.103>

Dickinson, J & Lumsdon, D. (2010). *Slow travel and Tourism*. London: Earthscan.

Dumazedier, J. (2000). *Lazer e cultura popular*. 3. ed. São Paulo: Perspectiva.

European Parliament. (2012). *The european cycle route network eurovelo*. Policy Department B: Structural and Cohesion Policies. Disponível em: <https://ecf.com/files/wp-content/uploads/The-european-cycle-route-network-EuroVelo.pdf>. Acesso em 04 abr. 2023.

Fecomercio SP. (2022). *Índice Mensal De Atividade Do Turismo – Imat - São Paulo*. Disponível em: <https://observatoriodeturismo.com.br/?p=3571>. Acesso em: 09 dez. de 2022.

Gil, A. C. (2018). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.

Han, H, Lho, L. H., Al-Ansi, A. & Yu, J. (2020). “Cycling tourism: a perspective article”. *Tourism Review*, 75(1), p. 162-164. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0268>

Hanson, S. (2010). Gender and mobility: New approaches for informing sustainability. *Gender, Place & Culture. A Journal of Feminist Geography*, 17(1), p. 5-23.

<https://doi.org/10.1080/09663690903498225>

Hirata, F. A. & Braga, D. C. (2017). *Demanda turística e o estudo sobre motivação*. Boa Vista: Editora da UFRR.

Janowski, I., Gardiner, S. & Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, p. 100776. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>

Korže, S. Z. (2019). From Industry 4.0 to Tourism 4.0. *Innovative issues and approaches in social sciences*, 12(3), p. 29-52. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2019-no3-art3>. Acesso em 04 abr. 2023.

Lage, B. H. G. & Milone, P. C. (2009). *Economia do turismo*. São Paulo: Atlas.

Lakatos, E. M.; Marconi, M. A. (2017). *Metodologia científica*. São Paulo: Atlas.

Lee, P., Hunter, W. C. & Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability*, 12(10), p. 3958. <https://doi.org/10.3390/su12103958>

Lesmana, R., Sutarman, A. & Sunardi, N. (2021). Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), p. 38-45. Disponível em: <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/03/E21533845.pdf>. Acesso em 04 abr. 2023.

Lozada, G.; Nunes, K. S. (2018). *Metodologia científica*. Porto Alegre: SAGAH.

Nilsson, J. H. (2019). Urban bicycle tourism: Path dependencies and innovation in Greater Copenhagen. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), p. 1648-1662. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650749>

Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V. & Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), p. 1377. <https://doi.org/10.3390/su11051377>

Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. (2015). A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo Em Análise*, 26(1), 165-187. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i1p165-187>

PhocusWire. (2023). *Travelers seek more adventure, ways to pay, report shows*. News / Online. By Derek Catron, January 27, 2023. Disponível em: <https://www.phocuswire.com/travelers-seek-adventure-pay-report>. Acesso em 04 abr. 2023.

Procopiuck, M., Segovia, Y. N. S. & Procopiuck, A. P. V. (2021). Urban cycling mobility: management and urban institutional arrangements to support bicycle tourism activities—case study from Curitiba, Brazil. *Transportation*, 48(4), p. 2055-2080. <https://doi.org/10.1007/s11116-020-10121-z>

Providelo, J. K. & Sanches, S. P. (2010). Percepções de indivíduos acerca do uso da bicicleta como modo de transporte. *Transportes*, 18(2). <https://doi.org/10.14295/transportes.v18i2.424>

Rocha, C. V., Bezerra, F. E. O. A., Fragoso, P. A. D., Duarte, A. L. F. (2022) Memórias afetivas da infância e seu impacto na formação do turista. *REaT - Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 16(2). <https://doi.org/10.15210/reat.v16i2.1774>

Rodrigues, J. & Silva, A. (2016). Ecoturismo e turismo de aventura: entre a teórica e a prática. *Anais do X Fórum Internacional de Turismo do Iguassu*, 15 a 17 de junho de 2016, Foz do Iguacu, Paraná, Brasil.

Roldan, T. R. R. (2000). *Cicloturismo: planejamento e treinamento*. 74 f. Campinas. Monografia (Graduação). Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/325141>. Acesso em 04 abr. 2023.

Rosa, A. C. & Silva, J. F. (2020). Políticas Públicas e Cicloturismo: uma análise comparativa entre Piraquara (Brasil) e Eisenstadt (Áustria). *Turismo e Sociedade, Curitiba*, 13(2), p. 44-63, maio-agosto. <http://dx.doi.org/10.5380/ts.v13i2.71130>.

Salokangas, N. (2020). *Cycling tourism research: analyzing the bicycle touring segment*. Disponível em: <http://www.theseus.fi/handle/10024/352623>. Acesso em: 04 abr 2023.

Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2015). Boletim – *Panorama do Turismo de Aventura no Brasil*. Boletim de inteligência 2015. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bd75b9bbfcbbd3786d7a952a5c4dc2c4/\\$File/5794.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bd75b9bbfcbbd3786d7a952a5c4dc2c4/$File/5794.pdf) . Acesso em: 23 jun. 2021.

Sebrae. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2022). *Norma técnica define requisitos de segurança para turismo de aventura*. Organização, Normas Técnicas. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/norma-tecnica-define-requisitos-de-seguranca-para-turismo-de-aventura,f92ec6c994746510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 04 abr. 2023

Silva, M. C., Noshi, N. M. & Almeida, M. (2019). Agências de Turismo de Aventura no Brasil. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(27), p. 25. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/turismo-aventura-brasil.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2023.

Silva, N. R. & Oliveira, R. R. (2022). Desafios no planejamento de ciclovias por operadoras. *Brazilian Journal of Production Engineering*, [S. l.], 8(5), p. 34–36, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/38933>. Acesso em: 14 nov. 2022.

Silva, N. R., Oliveira, R. R., Gonçalves, W., Ghirotti, G. M. & Rocha, A. R. (2022). O serviço oferecido por empresa terceirizada na execução de uma ciclovias. *Brazilian Journal of Production Engineering*, [S. l.], 8(5), p. 60–68. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/38946>. Acesso em: 14 nov. 2022.

Silveira, M. & Maia, M. (2015). Variáveis que influenciam no uso da bicicleta e as crenças da

teoria do comportamento planejado. *Revista Transportes*, 23(1), p. 24-36.
<https://doi.org/10.14295/transportes.v23i1.848>

Simpson, C. (2001). Respectable Identities. New Zealand nineteenth-century 'new women' - on bicycles! *The International Journal of the History of Sports*, 18(2), p 54-77. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18524061/>. Acesso em: 20 out. 2022.

Slack, N., Brandon-Jones, A. & Johnston, R. (2017). *Administração da produção*. 4. ed. São Paulo: Atlas.

Sousa, R. O. & Carvalho, K. D. (2021). Cicloturismo como promotor do desenvolvimento de áreas rurais: possibilidades na região do baixo parnaíba maranhense. *Tur., Visão e Ação*, 23(2), p 329-349, mai./ago. - Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil.
<https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p329-349>

Souza, C. S. F. & Souza, R. J. (2022). Turismo na cidade de São Paulo de bicicleta: fatores determinantes na escolha do roteiro cicloturístico urbano. *Brazilian Journal of Production Engineering*, [S. l.], 8(5), p. 56-59. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/38944>. Acesso em: 14 nov. 2022.

Souza, C. S. F & Souza, R. J. (2022). Fatores determinantes na escolha do passeio turístico *by bike* pelo olhar da mulheres. *Tourism and Hospitality International Journal*, Special edition of extended abstracts of the II International Forum - Women and Tourism: My Voice, 18(2), p. 12-18. Disponível em: <https://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/article/view/84>. Acesso em: 04 abr. 2023.

Stein, D. E. & Athanásio, B. B. M. (2016). Gestão da segurança no turismo de aventura no produto rafting: estudo de caso em uma agência de viagens receptiva no município de Três Coroas–Rio Grande do Sul. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE*, 3. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/338>. Acesso em 04 abr. 2023.

Teixeira, C. A. & Edra, F. P. M. (2020). Cicloturismo: origem e conceito da palavra a partir de koselleck. *Turismo: Visão e Ação [online]*. 22(2), pp. 318-333. ISSN 1983-7151.
<https://doi.org/10.14210/rtva.v22n2.p318-333>.

Teti, M. M. (2009). Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 3(3), p. 115-120.
<https://www.redalyc.org/pdf/5041/504152244007.pdf> . Acesso em 04 abr. 2023.

Tontini, G. & Zanchett, R. (2010). Atributos de satisfação e lealdade em serviços logísticos. *Gestão e Produção*, 17(4), p. 801-816. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2010000400013>

UNWTO - World Tourism Organization. (2020). *World Tourism Barometer*. 18, Issue 1, January.

Westbrook, G. & Angus, A. (2021). *10 principais tendências globais de consumo 2021*. Euromonitor International. Disponível em: <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends-PG.html>. Acesso em 04 abr. 2023.

Zeithaml, V., Bitner, M. J. & Gremler, D. (2014). *Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente*. 6. ed. São Paulo: Bookman.

ⁱ Autoria

Rodrigo Ribeiro de Oliveira - rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br

Natalya Reis da Silva - natalya.reis@aluno.ifsp.edu.br

Wellington Gonçalves - wellington.goncalves@ufes.br

Raul Jose de Souza - raul.js@ifsp.edu.br