

# PERFIL DO PRATICANTE DE CICLISMO PRÉ E PÓS-PANDEMIA DE COVID 19 - ESTUDO DE CASO DE ITAJUBÁ- MG E CIDADES DO ENTORNO

*Brunno Pereira de Miranda<sup>1</sup>, Anderson Katsumi Miyatake<sup>2</sup>, Cecília Adriana da Silva<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Acadêmico do Curso de Marketing, EAD Polo Itajubá/MG, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. Bolsista PIBIC/ICETI-UniCesumar. brunnoviaranda@hotmail.com

<sup>2</sup>Orientador, Mestre, Professor do Curso de Marketing, EAD UNICESUMAR. anderson.miyatake@unicesumar.edu.br

<sup>3</sup>Orientadora, Especialista, Professora do Curso de Marketing, EAD UNICESUMAR. cecilia.silva@unicesumar.edu.br

## RESUMO

O ciclismo, em especial a modalidade mountain bike, é uma modalidade esportiva que aumentou exponencialmente o número de praticantes em 2020, impulsionado pela pandemia da Covid-19 com o fechamento de academias e centro de esportes tornando a modalidade uma forma alternativa de manter as atividades físicas por cumprir as normas de distanciamento social orientado pela OMS. Partindo desse fato temos um problema de pesquisa onde o objetivo é conhecer o perfil predominante dos ciclistas no período pré e pós-pandemia. Através de um questionário de pesquisa exploratória, realizar um levantamento dos praticantes da modalidade, visando conhecer melhor o público. A amostra será coletada na cidade de Itajubá, localizada no Sul de Minas Gerais, e cidades do entorno, onde reside grande número de praticantes, desde atletas profissionais e amadores como praticantes por lazer. A metodologia adotada será pesquisa de cunho exploratória com o objetivo de compreender o perfil dos praticantes e a maneira como eles praticam o esporte. Foi realizado um questionário pré-teste para avaliar o número de questões e a relevância da pesquisa. Os resultados preliminares apontam que o objeto de pesquisa é relevante a ser investigado. Espera-se com esse estudo instigar a realização de pesquisas semelhantes em outros locais e regiões visto que está relacionada a um novo comportamento do consumidor diante da pandemia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing esportivo; ciclismo; Pesquisa de marketing.

## 1 INTRODUÇÃO

O Mountain bike é uma modalidade do ciclismo que aderiu muitos praticantes nos últimos anos, apoiado em conquistas históricas brasileiras sendo uma delas o primeiro lugar do ranking mundial de mountain bike da UCI - União Ciclista Internacional, mérito do atleta Henrique Avancini no início de 2021. Ele conquistou resultados inéditos para a modalidade como a primeira vitória de um brasileiro em uma etapa da Copa do Mundo de Mountain Bike e além dele teve resultados históricos de outros atletas brasileiros no mundial da categoria em 2020 (ISTOÉ, 2020).

Fora do cenário competitivo profissional, a modalidade também teve uma alta expressiva no número de praticantes amadores, impulsionado pelo período de pandemia da Covid-19, onde estabelecimentos considerados não essenciais como academias e outros centros de esporte foram fechados por questão de segurança da saúde pública (PIERRI, 2020). O ciclismo se tornou alternativa para manter as atividades físicas e como alternativa de transporte, onde a população adotou a bicicleta como forma de atividade física, já que a modalidade é praticada ao ar livre e longe de aglomerações, assim como recomenda a OMS. A situação permitiu trazer diversos benefícios não somente sociais, mas também econômicos para as cidades porque quanto mais ciclistas, mais produtos acerca da prática do esporte serão procurados e consumidos (AMARANTE, 2016).

A partir dessa situação, o problema de pesquisa a ser respondido é: Qual o impacto da pandemia da Covid-19 na prática esportiva? O objetivo geral da pesquisa é obter uma visão mais clara e aprofundada do ciclismo regional para formar um perfil de ciclista regional no período pré e pós-pandemia de Covid 19. Os objetivos específicos deste trabalho são: Segmentar os praticantes da modalidade em dois perfis dominantes: praticantes a menos de 2 anos, que são os que aderiram ao esporte no período pandêmico, e praticantes com mais de 2 anos de práticas do ciclismo.

## 2 MATERIAIS E MÉTODOS

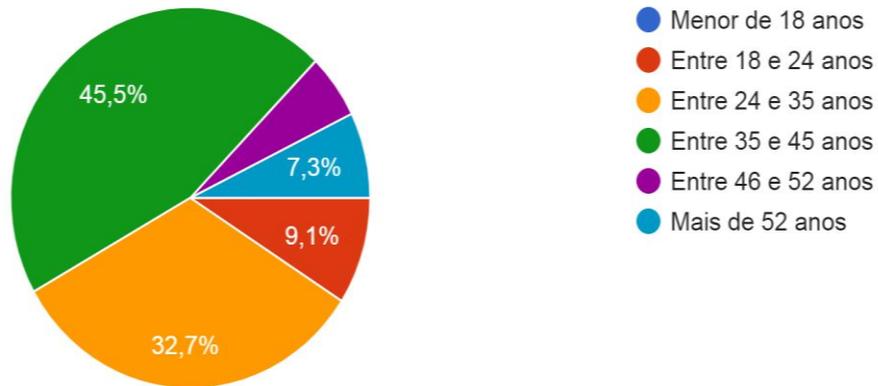
A pesquisa exploratória descritiva permite levantar um perfil dos praticantes e como se relaciona com a bicicleta, podendo estimar a frequência de dias em que o entrevistado utiliza a bicicleta. Os estudos descritivos são utilizados para descrever os consumidores e frequência de comportamentos. A pesquisa de dados secundários disponíveis será utilizada como forma de entender o que já existe de informações e, embora não forneça as informações completas, irá auxiliar na formulação de um modelo de pesquisa apropriado (MALHOTRA, 2001).

O referencial teórico está sendo direcionado a abordar o Marketing Esportivo (Morgan; Summers, 2015) com ênfase no ciclismo amador e os impactos da pandemia na prática esportiva. Posteriormente, será realizada pesquisa de campo feita por meio de questionários e entrevistas voltadas para o comportamento do consumidor com relação à prática da modalidade esportiva tendo como base o estudo desenvolvido por Amarante (2016). A amostra será escolhida com base na abordagem de voluntários praticantes de ciclismo respeitando as regras de distanciamento recomendadas pelos órgãos de saúde pública. Posteriormente, por meio de entrevistas que serão online visando a proteção do pesquisador e dos pesquisados. Em seguida, os dados serão sistematizados visando a identificação de características similares em relação ao perfil, objetivos da prática, o tempo e a quantidade de prática semanal.

Para melhor compreensão desse nicho de mercado, a cidade de Itajubá, Sul de Minas Gerais será a amostra para a pesquisa de campo por ser referência na modalidade esportiva, desde atletas de alto nível, como grande número de praticantes amadores e grupos de passeio, também conhecidos como grupo de “pedal” em que alguns deles são liderados por donos de estabelecimentos como lojas de bicicletas. A cidade abriga lojas e oficinas especializadas em ciclismo que atendem todos os tipos de bicicletas e classes sociais, assessoria esportiva, equipes de ciclismo, farmácia de manipulação de suplementos voltados para ciclismo, e mais diversos profissionais que apoiam e estão ligados com a modalidade.

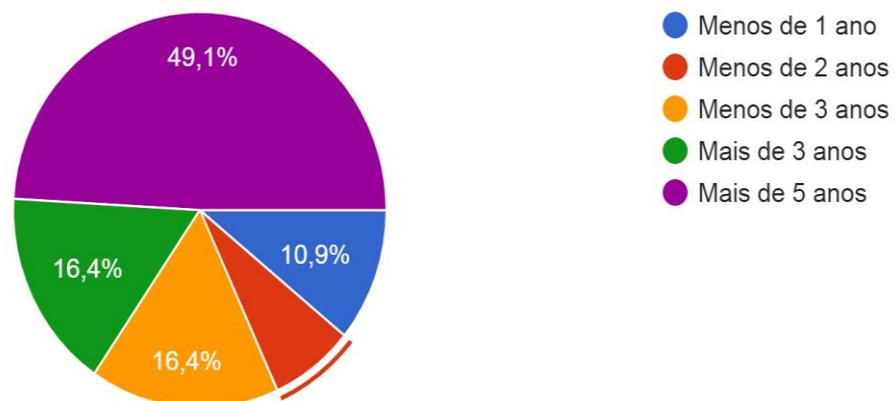
## 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Um breve questionário de pesquisa foi aplicado com base em uma lista de contatos de praticantes de ciclismo na cidade de Itajubá e entorno. Como forma de pré-teste e compreender o tipo de vínculo das pessoas com a bicicleta, onde os primeiros dados foram coletados do dia 26 ao dia 30 de junho em um questionário com perguntas básicas sobre o perfil do entrevistado com relação a prática de ciclismo. O questionário contou com 55 respostas na qual 82% delas são ciclistas itajubenses. A faixa etária dominante dos participantes mostrou que 78% dos entrevistados têm idade entre 24 e 45 anos, como se nota no gráfico 1.



**Gráfico 1:** Distribuição da idade dos entrevistados  
Fonte: Dados da pesquisa

No gráfico 2 é possível perceber que quase metade dos entrevistados são praticantes da modalidade a mais de 5 anos, demonstrando envolvimento com o esporte enquanto 18% deles iniciaram na modalidade no período pandêmico de menos de 2 anos.



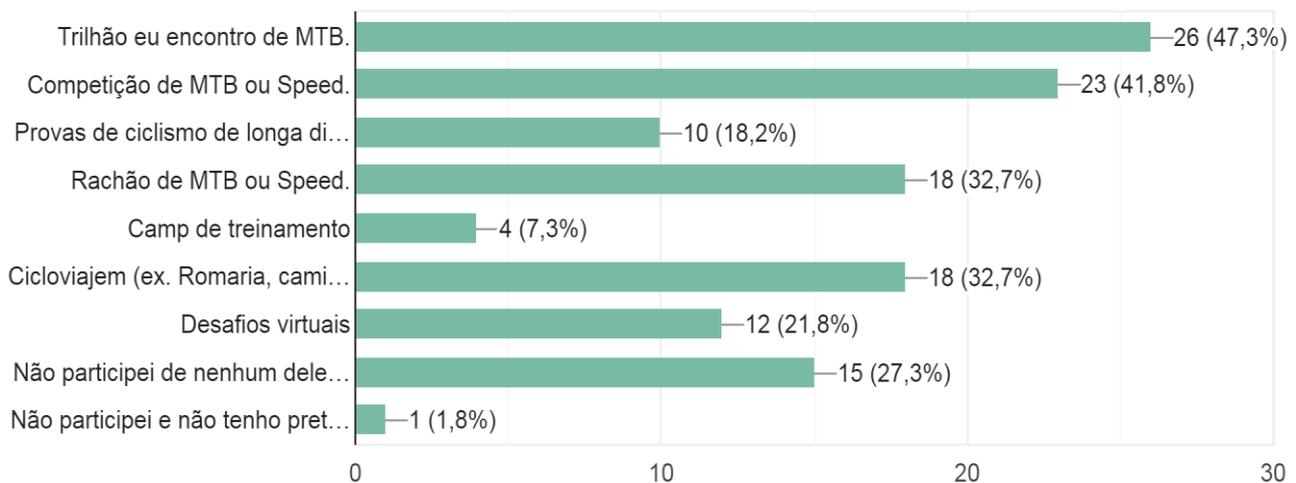
**Gráfico 2:** Tempo de prática do ciclismo  
Fonte: Dados da pesquisa

Os praticantes estão praticando atividades físicas não somente aos finais de semana, como mostra o gráfico 3 em que mais de 60% dos participantes praticam ciclismo mais de 3 dias na semana.



**Gráfico 3:** Quantidade de vezes de prática do ciclismo  
Fonte: Dados da pesquisa

Mais de 70% dos entrevistados já participaram de algum evento ciclístico, com destaque para os encontros de Mountain Bike ou também conhecidos como “trilhão”, enquanto 27% nunca participaram de nenhum evento, mas têm vontade de participar.



**Gráfico 4:** Participação em eventos ciclísticos  
Fonte: Dados da pesquisa

Ainda é cedo afirmar, mas foi possível perceber uma quantidade significativa de novos praticantes que praticam o ciclismo e muitos interessados em ter envolvimento mais direto. Com isso, é possível perceber que o problema de pesquisa a ser investigado tem relevância a ser estudado.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização da pesquisa espera-se compreender de forma mais profunda a prática da modalidade esportiva e os impactos para a população diante da nova realidade pós pandêmica de COVID-19. Esta pesquisa permitirá a compilação de dados visando a criação de um levantamento dos praticantes de ciclismo no entorno de Itajubá, Sul de Minas Gerais, o que poderá ser replicado para outros locais e regiões. Além disso, será importante para que os empreendedores da região escolhida possam conhecer o perfil dos consumidores e direcionar estratégias de marketing para atender os praticantes da região.

Por esse nível de engajamento da cidade com a modalidade também se espera contribuir com a prática do ciclismo regional, e com base em dados direcionar projetos que incentivam e promovem o crescimento do esporte.

#### REFERENCIAS

AMARANTE, R. N. P. Uma Análise Sobre o Comportamento do Consumidor – Ciclistas de João Pessoa. 2016. **Trabalho de Conclusão de Curso**. Graduação. Administração. João Pessoa, 2016.

ISTOÉ. Henrique Avancini vibra com a Copa do Mundo de MTB no Brasil. **Istoé online**. ed. 2671 – 25/3. Disponível em: <http://istoe.com.br/henrique-avancini-vibra-com-copa-do-mundo-de-mtb-no-brasil/>. Acesso em: 27 mar. 2021.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada** / Naresh Malhotra; trad. Nivaldo Montingelli Jr. e Alfredo Alves de Farias. - 3. ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.

MORGAN, M. J.; SUMMERS, J. **Marketing Esportivo**. São Paulo: Thomson Learning, 2015.

PIERRI, V. Ciclismo ganha destaque durante pandemia com aumento de adeptos e recorde de vendas. **Jornal da USP – Campus Ribeirão Preto**. 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/ciclismo-ganha-destaque-durante-pandemia-com-aumento-de-adeptos-e-recorde-de-vendas/>. Acesso em: 27 mar. 2021.