

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE EDUCAÇÃO FÍSICA  
CURSO DE BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

DANIEL RAMOS DE OLIVEIRA JUNIOR

**MERCADO DO *TRAIL RUNNING* NO PARANÁ: ANÁLISE DOS  
AGENTES ESTRUTURANTES RESPONSÁVEIS PELO  
DESENVOLVIMENTO DA MODALIDADE**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2017

DANIEL RAMOS DE OLIVEIRA JUNIOR

**MERCADO DO *TRAIL RUNNING* NO PARANÁ: ANÁLISE DOS  
AGENTES ESTRUTURANTES RESPONSÁVEIS PELO  
DESENVOLVIMENTO DA MODALIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso 2, do Curso de Bacharelado em Educação Física, do Departamento Acadêmico de Educação Física - DAEFI - da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial para a aprovação na mesma.

Orientador: Prof. Dr. Gilmar Francisco Afonso

CURITIBA

2017



**Ministério da Educação**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**  
Campus Curitiba  
Departamento de Bacharelado em Educação Física



## TERMO DE APROVAÇÃO

# MERCADO DO *TRAIL RUNNING* NO PARANÁ: ANÁLISE DOS AGENTES ESTRUTURANTES RESPONSÁVEIS PELO DESENVOLVIMENTO DA MODALIDADE

por

**Daniel Ramos de Oliveira Junior**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Bacharelado em Educação Física da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Curitiba. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho \_\_\_\_\_ (aprovado, aprovado com restrições ou reprovado).

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Carlos Alberto Afonso  
(UTFPR)

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Gumerindo Vieira dos Santos  
(UTFPR)

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Gilmar Francisco Afonso  
(UTFPR)  
Orientador

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Adriana Maria Wan Stadnik  
Responsável pelo TCC2 do Curso de Bacharelado em Educação Física

## RESUMO

OLIVEIRA JUNIOR, Daniel Ramos. **Mercado do *trail running* no Paraná: análise dos agentes estruturantes responsáveis pelo desenvolvimento da modalidade.** 2017. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Bacharelado em Educação Física. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba. 2017.

O *trail running* é uma modalidade esportiva praticada em ambientes naturais como trilhas, florestas, estradas de chão, montanhas, etc. É um esporte novo no Brasil, sendo assim, ainda não existem publicações científicas sobre o tema em língua portuguesa. No entanto, é uma área que está despertando interesse de muitas pessoas, não somente praticantes, mas também patrocinadores, organizadores de eventos, marcas esportivas e treinadores que buscam ampliar seus capitais (econômico, cultural, social e simbólico) com a modalidade. Sendo assim, esse estudo tem como finalidade contribuir com o mercado esportivo, em específico para o *trail running*. A pesquisa teve como objetivo analisar alguns agentes sociais considerados importantes e envolvidos com o mercado da modalidade, dos quais foram entrevistados um organizador, um patrocinador, um treinador e um atleta (consumidor). Através dessa análise foi discutido o perfil do mercado do *trail running* no Estado do Paraná. Esta pesquisa é de caráter qualitativo, analítico, descritivo e exploratório. Por meio de questionários abertos foram entrevistados quatro participantes. Os dados foram analisados através da Teoria dos Campos (BOURDIEU, 1983), levando-se em consideração os seguintes elementos: disposições, *habitus*, capital, campo, oferta e demanda. Ao final desta pesquisa, pode-se concluir que o perfil do mercado do *trail running* no Estado do Paraná está em crescimento, apesar dos baixos investimentos. A principal motivação do atleta e do treinador é o prazer pela modalidade. A do organizador e do agente da marca esportiva é aumentar a oferta e a demanda. O perfil do atleta de *trail running*, é de um atleta amador, que investe em competições, treinamento e equipamentos. O investimento mensal do atleta é em média R\$ 500,00. O treinador e organizador carecem de apoio financeiro por parte de iniciativas públicas e privadas. O atleta tem como maior dificuldade a falta de apoio financeiro (patrocínio); já o treinador relatou falta de segurança nas trilhas e montanhas da região de Curitiba/PR; no caso do organizador a principal dificuldade é a concessão de licença ambiental para a realização dos eventos; e, finalmente, a principal dificuldade da marca esportiva é atrair clientes para sua loja. Ao final desta pesquisa, concluímos que o mercado do *trail running* está em franco processo de desenvolvimento, procurando aumentar cada vez mais a oferta e a demanda, porém o sub-campo do *trail running* ainda precisa se consolidar dentro campo esportivo paranaense.

**Palavras-chave:** *Trail Running*. Mercado. Agentes estruturantes.

## ABSTRACT

OLIVEIRA JUNIOR, Daniel Ramos. **Trail running market in Paraná: analisys of the structuring agents responsible for the discipline development.** 2017. 45 l. Completion of course work (undergraduate) - Bachelor of Physical Education. Federal Technological University of Paraná. Curitiba, 2017.

Trail running is a sports discipline practiced in natural environments such as trails, forests, dirt roads, mountains, etc. It is a new sport in Brazil, so there are still no scientific publications on the subject in Portuguese. However, it is an area that is attracting many people, not only athletes, but also sponsors, event organizers, sports brands and coaches who seek to increase their capital (economic, cultural, social and symbolic) with the sport. Therefore, this study aims to contribute to the sports market, specifically for trail running. The research had as objective to analyze some social agents considered important and involved with the market of the discipline, in which an organizer, a sponsor, a coach and an athlete (consumer) were interviewed. Through this analysis the profile of the trail running market in the State of Paraná was discussed. This research is qualitative, analitic, descriptive and exploratory. Through open questionnaires, four participants were interviewed. The data were analyzed through the Field Theory (BOURDIEU, 1983), taking into account the following elements: provisions, habitus, capital, field, supply and demand. At the end of this research, it can be concluded that the profile of the trail running market in the State of Paraná is growing, despite the low investments. The main motivation of the athlete and coach is the pleasure for the sport. The motivation of the organizer and the agent of the sport brand is to increase the supply and the demand. The profile of the trail running athlete is an amateur athlete who invests in competitions, training and equipment. The athlete's monthly investment is an average of R \$ 500.00. The coach and organizer need financial support from public and private initiatives. The athlete has the greatest difficulty in the lack of financial support (sponsorship); Already the coach reported lack of safety in the trails and mountains of the region of Curitiba / PR; in the case of the organizer the main difficulty is the granting of an environmental license to carry out the events; and finally the main difficulty of the sports brand is to attract customers to your store. At the end of this research, we conclude that the trail running market is in an open development process, trying to increase supply and demand, but the trail running subfield still needs to be consolidated within the Paraná sports field.

**Keywords:** Trail Running. Marketplace. Structuring agents.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>5</b>
1.1 JUSTIFICATIVA .....	6
1.2 PROBLEMA .....	7
1.3 OBJETIVOS .....	7
1.3.1 Objetivo geral .....	7
1.3.2 Objetivos específicos .....	7
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	<b>8</b>
2.1 A TEORIA DOS CAMPOS: PIERRE BOURDIEU.....	8
2.2 A BUSCA PELA EXCITAÇÃO EM ESPORTES <i>OUTDOOR</i> .....	11
2.3 DEFINIÇÃO DE <i>TRAIL RUNNING</i> .....	12
2.4 PERCURSOS.....	13
2.5 INSTITUIÇÕES REGULAMENTADORAS .....	13
2.6 EQUIPAMENTOS .....	14
2.7 SEGURANÇA .....	14
2.8 POSTOS DE ABASTECIMENTO.....	14
2.9 CLASSIFICAÇÃO DAS CORRIDAS DE <i>TRAIL RUNNING</i> .....	15
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>16</b>
3.1 TIPO DE ESTUDO .....	16
3.2 PARTICIPANTES.....	16
3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS.....	16
3.3.1 Instrumentos.....	16
3.3.2 Procedimentos.....	17
3.4 ANÁLISE DE DADOS .....	17
<b>4 RESULTADOS</b> .....	<b>18</b>
4.1 RELAÇÃO COM A MODALIDADE E MOTIVAÇÕES.....	18
4.2 INVESTIMENTO E RETORNO.....	19
4.3 PAPEL DENTRO DO <i>TRAIL RUNNING</i> PARANAENSE.....	20
4.4 CONCORRÊNCIA.....	21
4.5 CONSUMIDORES E CONSUMO.....	22
4.6 DIFICULDADES.....	23
<b>5 DISCUSSÃO</b> .....	<b>25</b>
<b>6 CONCLUSÃO</b> .....	<b>28</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>29</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>33</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O *trail running* é um termo em língua inglesa que significa corrida em trilhas. Logo na sua tradução pode-se perceber o que é esta modalidade esportiva, que tem como característica ser realizada em percursos com muitas trilhas, florestas, estradas de chão, pastagens, montanhas, ou seja, é uma corrida onde os atletas têm a oportunidade de estarem correndo em meio a natureza (SINGH *et al*, 2012).

O *trail running* está em crescimento mundial. Nos Estados Unidos da América (EUA), um dos países com maior tradição no esporte, a *American Trail Running Association* teve em seu calendário do 2º semestre de 2013 o total de 468 provas de *trail running* (ATRA, 2013). Em 2016, o segundo semestre do calendário americano teve o total de 582 competições (ATRA, 2016). A Europa também é uma região onde a modalidade é muito explorada. A Espanha, país europeu em que o *trail running* é mais popular, em 2013, o seu calendário contou com o total de 304 provas (CORREDOR DE MONTAÑA, 2013). Já em 2016, na Espanha aconteceram 391 competições (CORREDOR DE MONTAÑA, 2016). No Brasil existem poucas provas, mas o crescimento do esporte é bem visível, atualmente. A palavra *trail running* ainda é desconhecida por muitos praticantes de corrida de rua e até corredores de montanha, mesmo já existindo no país a alguns anos. O calendário nacional de 2013 contou com apenas 79 provas, sendo a maioria concentrada nas regiões sul e sudeste do país (TRAIL LABS, 2013). Em 2014, o Brasil contou com 95 eventos, totalizando 232 competições (TRAIL HUNTERS, 2014).

O cenário do *trail running* no Brasil vem crescendo ano após ano. Atletas brasileiros estão competindo em outros países com mais tradição na modalidade e estão se destacando. Em outubro de 2016, pela primeira vez o Brasil levou uma delegação para o Campeonato Mundial de *Trail Running* (Trail World Championship – TWC) que foi realizado em Portugal (ATIVO, 2016). O campeonato foi realizado através de uma corrida de 85km que contou com 40 delegações representando os 5 continentes. A equipe brasileira participou com 6 atletas, sendo 4 homens e 2 mulheres. No total foram 302 atletas, sendo 172 no masculino e 130 no feminino (TRAIL RUNNING BRASIL, 2016).

O Brasil, também em 2016, enviou 90 atletas ao maior evento de *trail running* do mundo. O Ultra Trail du Mont Blanc (UTMB), competição que acontece na França, Itália e Suíça e que conta com quatro provas: UTMB 175km, Sur des Traces des Ducs

de Savoie (TDS) 119km, Courmayeur Champex Chamonix (CCC) 100km e Orsières Champex Chamonix (OCC) 55km, é um evento que ocorre desde 2003 e que, atualmente reúne mais de 8.000 competidores por ano (TRAIL RUNNING BRASIL, 2016).

Devido ao *trail running* ser um esporte novo no Brasil, até o presente momento não existem publicações científicas sobre o tema em língua portuguesa. A carência de material acarreta dificuldades aos profissionais que têm interesse pela área. O esporte está em processo de crescimento, assim, é visível que haja interesse no tema, no qual seria possível estruturar metodologias de ensino, promover novas pesquisas e projetos sociais. Para isso, é interessante o conhecimento sobre o esporte, não apenas nos aspectos fisiológicos dos atletas, mas também sobre suas origens, a sua estrutura, ambiente, na razão dele existir, os motivos dos atletas escolherem o esporte e qual a razão de todo esse crescimento.

Portanto, o presente estudo objetiva analisar o perfil do mercado do *trail running* no Paraná através das principais áreas dentro da modalidade, buscando identificar suas motivações, influências, propósitos e qual o seu atual *status* no cenário do esporte paranaense. Serão discutidos seus conceitos e comparados com definições de modalidades similares como corrida em montanha, *fell running*, corrida de aventura, *cross country* e corrida de rua.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

Com base nos dados apresentados na introdução, nota-se o potencial de crescimento que existe no *trail running*. Atualmente, o esporte é um campo que movimenta quantias financeiras enormes ao redor do mundo. Segundo dados disponibilizados pela AMCHAM, uma empresa de consultoria, o esporte movimenta cerca de um trilhão de dólares por ano (INDÚSTRIA, 2012). O Brasil tem um movimento de trinta e um bilhões de reais por ano, que significa 3,3% do seu Produto Interno Bruto (PIB). O SEBRAE (2015), mostra que o mercado esportivo no Brasil vem demonstrando um índice de crescimento maior do que a economia do próprio país. Entre 2007 e 2011 a taxa média de crescimento do PIB no Brasil foi de 4,2%, enquanto a do esporte foi de 7,1% segundo dados divulgados pelo SEBRAE em um levantamento realizado pela Pluri Consultoria, em 2012.



Nesse sentido, vemos a importância do estudo do perfil do mercado de uma modalidade esportiva. Existe a necessidade de estudos científicos nesse campo, para um melhor desenvolvimento da modalidade tanto em sua área de treinamento como na de mercado. Por tanto, este estudo tem o objetivo de contribuir com o mercado esportivo, em específico para o *trail running*.

Este estudo é relevante cientificamente, principalmente pelo motivo de existirem poucas referências bibliográficas sobre o assunto em língua portuguesa. Esta pesquisa pode incentivar outros estudos relacionados ao tema do *trail running*, no Brasil.

Sendo assim, esta pesquisa teve como foco analisar quatro agentes sociais considerados importantes e envolvidos com o mercado da modalidade. Um organizador, um patrocinador, um treinador e um atleta (consumidor).

## 1.2 PROBLEMA

Qual o perfil do mercado do *trail running* no Estado do Paraná?

## 1.3 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo geral

Analisar o perfil do mercado do *trail running*, no Estado do Paraná.

### 1.3.2 Objetivos específicos

Descrever as motivações e propósitos de praticantes, treinadores, organizadores e marcas esportivas, no Estado do Paraná.

Verificar os aspectos econômicos da modalidade através de seus agentes estruturantes.

Analisar o perfil dos praticantes em relação à modalidade.

Identificar as principais dificuldades dos praticantes, treinadores, marcas e organizadores, no Estado do Paraná.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 A TEORIA DOS CAMPOS: PIERRE BOURDIEU

A teoria dos campos, de Pierre Bourdieu, procura explicar, de forma didática, as relações estabelecidas no interior de um determinado campo social. Esta teoria se divide em alguns conceitos: disposições, *habitus*, capital, campo, oferta, demanda, entre outros. Dentro da sociedade existem vários campos, como o campo da educação, campo dos negócios, campo da saúde, campo esportivo, entre outros. Cada campo possui suas regras próprias e cabe as pessoas que fazem parte destes referidos campos seguirem as regras e conquistarem seus espaços (BOURDIEU, 1983). Nesse sentido, apresentaremos, de forma resumida, alguns conceitos que acreditamos dar suporte as nossas análises futuras.

Iniciaremos com o conceito de disposições, segundo Bourdieu (1983), disposições são características específicas que indivíduos e grupos possuem. As disposições são socialmente adquiridas e orientam a ação do indivíduo dentro do seu campo. Através destas disposições, o indivíduo se torna parte da estrutura do campo. Elas são flexíveis, podem ser fortes ou fracas, sendo uma predisposição natural de obter capacidades não naturais.

O segundo conceito trata-se do *habitus*, que é um sistema de disposições que se qualificam por vários modos do comportamento humano, como pensar, sentir e fazer. É tudo aquilo que se adquiriu ao longo do tempo e tornaram-se disposições definitivas. O *habitus* está no subconsciente, sendo uma segunda natureza humana, que entra nas ações dos indivíduos sem controle racional. Sendo assim, o *habitus* trabalha em cada campo de forma com que o indivíduo realize ações apropriadas com as regras deste campo. Ele está presente no corpo através de gestos e comportamentos e na mente nas formas de julgar e raciocinar. O *habitus* é uma espécie de um sistema operacional, adquirido ao longo do tempo, que ensina a agir de acordo com cada situação, com as experiências vividas (BOURDIEU, 1983).

O terceiro conceito aqui apresentado refere-se ao capital. Existem quatro tipos de capitais: o capital econômico, o capital cultural, o capital social (relacionamento, rede de contatos) e o capital simbólico (BOURDIEU, 1983). O capital econômico refere-se a quantias monetárias, ao poder aquisitivo, quantidade de bens móveis e

imóveis que determinado agente possui. O capital cultural refere-se ao conhecimento, as habilidades adquiridas pelos títulos acadêmicos, diplomas, domínio de idiomas, conhecimento artístico, entre outros. O capital social refere-se a rede de relacionamentos, rede de contatos, associações, clubes, entidades beneficentes, recreativas, culturais, etc. E, por fim, o capital simbólico destina-se ao prestígio, a honra que o agente possui dentro do campo (BOURDIEU, 1983).

O autor diz que para um indivíduo ingressar em um determinado campo, ele necessita de, pelo menos, algum tipo de capital, seja econômico, cultural, social e simbólico. Os capitais são como “munição” que o agente utiliza para subir de posição dentro do campo (BOURDIEU, 1983).

O quarto conceito aqui discutido é o conceito de campo, segundo Bourdieu (1983), o campo é um espaço estruturado de posições que possui suas próprias características onde seus agentes estão disputando espaços específicos de acordo com as regras do campo. É um espaço onde os indivíduos terão capitais diferentes um dos outros, determinando diferenças de poder. Os capitais podem ser econômicos, culturais, sociais ou simbólicos. Existem vários campos e neste trabalho é analisado o sub-campo do *trail running* que se insere dentro do campo esportivo. Foi utilizado o termo Sub-campo para caracterizar um pequeno espaço social que está dentro de um espaço social maior (BOURDIEU, 1983).

Bourdieu em sua exposição introdutória ao Congresso Internacional do HISPA, em Paris, em março de 1978, considerou que os esportes ou as modalidades esportivas e todo o conjunto de produtos e comércio que elas oferecem, classificam-se como uma forma de oferta destinada a uma demanda social. Partindo desse ponto, grupos de pessoas vão se identificar com alguma modalidade, essa identificação vai além do apenas gostar e sim das condições financeiras das pessoas para comprar os produtos, os ingressos para assistir ao esporte ou até mesmo praticá-lo. Bourdieu comenta sobre quais as condições sociais para a constituição dos sistemas das instituições e das pessoas ligadas as práticas e ao consumo esportivo. Quem representa esses esportes rege as regras, elabora os produtos, vende e distribui. Outros agentes são responsáveis pelos serviços necessários à prática, os professores, médicos, jornalistas, administradores, etc... Como ocorreu o desenvolvimento de todo esse sistema para que o *trail running* se estruturasse com um sub-campo? Essa história do desenvolvimento de um determinado esporte tem relação com os grandes acontecimentos da história mundial e nacional, com as crises,

mas também tem uma história própria, suas próprias crises e seu próprio caminho (BOURDIEU, 1983).

O autor acrescenta as diferenças sociais dentro do esporte. Uma pessoa com baixa renda tem menos chances de praticar determinados esportes, principalmente se estes forem praticados em clubes ou com necessidade de grande investimento em equipamentos. A probabilidade de praticar diferentes esportes, depende do capital econômico, do capital cultural e do tempo livre em diversos níveis. Entre essas diferenças sociais pode-se acrescentar o esporte como espetáculo. Bourdieu relaciona vários problemas gerados por uma espetacularização do esporte que em vez de se concentrar em seus praticantes e fãs fiéis, faz o possível para vender seus produtos para a maior quantidade de pessoas que podem ser alcançadas. Isso gera conflitos, pois muitas pessoas que não entendem o esporte como as que já tinham uma experiência, podem tumultuar, gerar violência, estar praticando a modalidade errada, não estar no ambiente onde deveriam estar. Sendo assim, muitos esportes fazem a separação da modalidade para os profissionais e para os leigos amadores que são apenas consumidores. O público que se caracteriza por ser espectador, é o que faz o esporte gerar mais dinheiro, pois a disputa não é apenas uma competição esportiva, e sim um espetáculo de entretenimento. Por fim, este público direciona o esporte para uma disputa mais profissional, deixando os amadores de lado, pois eles não dão um espetáculo de tanta qualidade como os profissionais puros. Consequentemente, o esporte precisa de profissionais diferentes que não são apenas os atletas. Os competidores têm que ser cuidados por médicos, fisioterapeutas, nutricionistas, preparadores físicos, agentes publicitários, entre outros que auxiliam o desenvolvimento do esporte em alto rendimento.

Especificamente falando do *trail running*, que é uma modalidade esportiva baseada no ato de correr, Bourdieu (1983) classifica a corrida como um esporte estritamente higiênico, pois é uma atividade muito racional e racionalizada. Um dos motivos é que ela gera um lucro impalpável (melhora da saúde, a perda de peso, proteção contra o envelhecimento). Além da satisfação gerada por esses motivos de saúde e estéticos, existe também a glória da competição, um outro fator que pode ser exaltado, gerando o bem estar do praticante no curto e longo prazo.

## 2.2. A BUSCA PELA EXCITAÇÃO EM ESPORTES *OUTDOOR*

Segundo Elias e Dunning (1992), cada modalidade esportiva contém sua própria fisionomia. As pessoas que praticam são atraídas para a modalidade segundo as características de sua personalidade. Os autores relacionam o *stress* que as pessoas vivem na cidade com o esporte. O esporte tem a função de ser uma atividade de lazer onde o indivíduo pode liberar as tensões geradas pelo dia a dia. Na nossa sociedade atual, existe a possibilidade de escolha entre várias modalidades esportivas, nas quais a pessoa escolhe de acordo com o seu perfil ou o seu estado emocional em determinado momento. Além de liberar as tensões, o esporte pode gerar um tipo especial de tensão, um sentimento agradável, fazendo com que o praticante se sinta mais livre e feliz.

Shevels (2010) diz que uma das belezas de correr ao ar livre, geralmente em trilhas e montanhas, é que essa atividade além de estimular o corpo, estimula a mente. Não é como correr na rua onde é estabelecido um ritmo de passada e deve-se concentrar nela, correr fora do asfalto requer um alto nível de atenção, concentração e tomada de decisão. Isso é causado pelos locais desconhecidos e irregulares onde os pés serão aterrizados, pela constante mudança do estilo de corrida e pela necessidade de sempre estar atento para não errar o caminho. Robillard (2013) aborda sobre a vontade dos homens em se reconectarem com a natureza. Atualmente, nos grandes centros urbanos há muito barulho, muitas pessoas, muitos compromissos, o que faz com que o ser humano queira buscar uma saída para aliviar toda aquela tensão que é gerada na cidade. Outra obra que aborda o assunto é *Field Guide To Ultrarunning*, onde Koerner (2014) fala que mentalmente as corridas em trilha, principalmente as de longa duração tem o poder de transportar quem está correndo para um lugar único, onde o indivíduo sente-se totalmente presente e todo o resto está distante. O autor ainda coloca que correr em trilha causa uma tremenda satisfação pessoal pelo motivo de fazer a pessoa chegar perto dos seus limites físicos e mentais.

## 2.3 DEFINIÇÃO DE *TRAIL RUNNING*

De acordo com a International Trail Running Association (ITRA) e a International Association of Athletics Federation (IAAF) o *trail running* é uma corrida pedestre aberta para todos, em ambiente natural (montanha, deserto, floresta, planície...) com o mínimo possível de estradas pavimentadas ou asfaltadas no qual não deverá exceder 20% do percurso (ITRA, 2015); (IAAF, 2015) . A Associação de Trail Running de Portugal (ATRP) diz que o percurso não deve ter mais que 10% de estradas pavimentadas (ATRP, 2012).

O *trail running* as vezes é confundido com outras modalidades de acordo com suas similaridades. Corrida em montanha tem sua regulamentação e definição diferente. A IAAF classifica corrida de montanha como uma competição praticada em ambiente *off road*, porém pode ser praticado em ambiente cimentado ou asfaltado também. A corrida em montanha deve ter subida e descida considerável e deve iniciar e começar na mesma altitude. A média de inclinação da corrida não teve ser menos de 5% e mais do que 20%. As competições não devem ter o percurso em trechos com mais de 3.000m de altitude. (IAAF, 2015).

*Fell running* é uma modalidade muito praticada na Inglaterra e se diferencia de *trail running* e corrida de montanha por ser realizada em terrenos com montanha, não podendo conter mais de 20% de asfalto e suas regras estabelecem a quantidade de subidas e o grau da subida e descida que cada corrida deve conter. (SHEVELS, 2010).

Corrida de aventura é uma modalidade que pode envolver *trail running* e outras modalidades em uma mesma competição como corrida de orientação, *trekking*, *mountain bike*, canoagem e técnicas verticais. É uma prova multidisciplinar disputada em equipes. A corrida é realizada em meio à natureza (ADVENTUREMAG, 2017).

*Cross Country* segundo a IAAF (2015), é uma modalidade que possui distâncias oficiais para competição de 8 e 10km. Deve ser em área rural, terreno não asfaltado, e sim coberto por terra ou grama. Não necessita ter elevação.

Também segundo a entidade máxima do atletismo internacional, IAAF (2015), a corrida de rua têm distâncias padrão de 10km, 15km, 20km, meia maratona, 25km, 30km, maratona (42,195km) e 100km. O percurso deve ser realizado em ruas asfaltadas.

## 2.4 PERCURSOS

O terreno em que o *trail* é praticado pode variar muito. Estradas de terra, trilhas em florestas, campo aberto e vários outros tipos no qual o caminho deve estar marcado ou sinalizado (TRA, 2013). Também pode ser praticado em ambiente urbano, utilizando-se de calçadas irregulares, escadas, desníveis e outros (TRAIL DE PORTUGAL, 2013). A organização, antes da corrida, deve informar aos atletas qual a distância da prova, o desnível positivo e negativo do percurso e disponibilizar um mapa com informações detalhadas sobre as dificuldades técnicas que serão encontradas na prova. Além disso o percurso deve representar uma sensação de descobrimento da região em que a prova está sendo realizada. O percurso deve ser demarcado de uma maneira em que os atletas não tenham dificuldades para encontrar o caminho correto (IAAF, 2015).

## 2.5 INSTITUIÇÕES REGULAMENTADORAS

A entidade máxima que regulamenta o *trail running* no mundo é a International Association of Athletics Federations (IAAF). Esta federação incluiu o *trail running* como disciplina oficial do atletismo em agosto de 2015 em um congresso organizado na China (IAAF, 2015). Além da IAAF, existe a International Trail Running Association (ITRA) que é a associação que regulamenta as regras do *trail running* no mundo (ITRA, 2017).

A ITRA foi criada em julho de 2013 por organizadores de corrida, atletas, representantes de federações, marcas esportivas, jornalistas e treinadores de 13 países representando os 5 continentes. A criação da associação foi motivada pela vontade dos participantes em regulamentar e organizar o *trail running* mundialmente. Em abril de 2017, a ITRA conta com 2565 atletas afiliados e 806 organizadores de provas afiliados, todos eles representando 85 países. (ITRA, 2017).

Desde 2016 existe o Trail World Championships que é o campeonato mundial de *trail running* organizado conjuntamente pela IAAF e a ITRA. A primeira competição em 2016 foi em Portugal. 2017 tem como sede a Itália e 2018 será na Espanha (ITRA, 2017).

A ITRA conta com um calendário de provas no mundo que servem de pontuação para atletas. Os atletas que participam dessas provas têm um perfil na página web da ITRA com seus pontos, gerando um *ranking* mundial com todos os atletas (ITRA, 2017).

## 2.6 EQUIPAMENTOS

Na prática do *trail running* não é especificado a utilização de uma técnica ou equipamentos específicos. O organizador da prova pode e deve recomendar equipamentos obrigatórios para a realização da prova devido as condições esperadas ou que possivelmente podem ser encontradas durante a prova que poderiam permitir ao atleta evitar uma situação de emergência ou em caso de algum acidente este atleta possa avisar e esperar por ajuda no local, em segurança (IAAF, 2015).

Uma manta de sobrevivência, apito, reservatório de água e comida reserva são os mínimos elementos que cada atleta deve ter posse durante a corrida (IAAF, 2015).

Se for especificamente permitido pela organização, o atleta poderá usar bastões de caminhada para a realização da prova (IAAF, 2015).

## 2.7 SEGURANÇA

A organização deve garantir a segurança de todos os atletas participantes do evento. A corrida deve ter um seguro saúde e meios para resgate em caso de emergências. Isto significa que a organização deve fornecer toda assistência para os atletas e funcionários, caso ocorram problemas (IAAF, 2015).

## 2.8 POSTOS DE ABASTECIMENTO

Postos de abastecimentos são pontos em que durante a corrida o atleta pode parar para se hidratar e se alimentar, além de poder fazer outras atividades que vão de acordo com cada evento.



As corridas de *trail running* são provas de auto suficiência, cada atleta deve carregar consigo os acessórios que precisam ser usados entre os postos de abastecimento. Estes acessórios referem-se a roupas, comunicação, comida e bebida. A organização trabalha com diferentes distâncias entre os postos de abastecimento, basta respeitar a autonomia dos atletas e levar em conta a saúde e a segurança de cada um (IAAF, 2015).

## 2.9 CLASSIFICAÇÃO DAS CORRIDAS DE *TRAIL RUNNING*

Segundo a ITRA são classificadas as provas de *trail running* em dois grandes grupos. O Trail que são corridas abaixo de 42km e o Trail Ultra que são corridas acima de 42km. No grupo Ultra Trail existem três sub grupos. O Trail Ultra Medium (M): de 42 km a 69 km, o Trail Ultra Long (L): de 70 km a 99 km e o Trail Ultra XLong (XL): acima de 100km. A Associação de Trail Running de Portugal (ATRP) classifica o Trail em dois grupos. O Trail Curto que vai até 21km e o Trail Longo que vai de 21km até 42km (ITRA, 2015).

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 TIPO DE ESTUDO

O estudo realizado é de caráter qualitativo, analítico, descritivo e exploratório. Segundo Goldenberg (1997), a análise qualitativa não se preocupa com números, mas sim com o estudo aprofundado de um grupo social. Para Thomas e Nelson (2002), a pesquisa analítica estuda e avalia profundamente as informações em busca de explicá-las. A pesquisa descritiva é bastante utilizada na educação e nas ciências comportamentais (THOMAS E NELSON, 2002). A metodologia mais comum dentro da pesquisa descritiva é a pesquisa exploratória que compreende a utilização de questionários e entrevistas. O assunto tratado no presente estudo é de pouco conhecimento das pessoas, sendo assim, a pesquisa é exploratória, tendo em vista proporcionar maior familiaridade com o tema (GIL, 2010).

#### 3.2 PARTICIPANTES

Os participantes deste estudo foram quatro agentes sociais considerados importantes na estrutura do sub-campo do *trail running*: um organizador de eventos de *trail running* do Estado do Paraná, um representante de marca esportiva ligada ao *trail running*, um responsável por assessoria esportiva (treinador) e um atleta da modalidade (consumidor).

#### 3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS

##### 3.3.1. Instrumentos

Um dos instrumentos utilizado será a entrevista aberta, possibilitando o desenvolvimento de uma situação para qualquer direção. Isso permite um maior aprofundamento no assunto. O questionário foi elaborado pelo pesquisador com questões abertas que atendem aos interesses da pesquisa.

### 3.3.2. Procedimentos

Primeiramente foi feito o contato com os participantes da pesquisa através de telefonema. Nesse telefonema foi explicado o motivo da pesquisa e marcado o encontro para a entrevista. No encontro foi entregue o termo de consentimento antes do entrevistado responder as perguntas. Depois que o termo foi assinado, a entrevista teve início.

Antes de realizar as perguntas, foi esclarecido que as gravações da entrevista e os trechos transcritos foram utilizadas somente para o estudo e são confidenciais.

## 3.4 ANÁLISE DE DADOS

Os dados foram analisados através da Teoria dos Campos (BOURDIEU 1983), levando-se em consideração os seguintes elementos: disposições, *habitus*, capital, campo, oferta e demanda.

## 4 RESULTADOS

### 4.1 RELAÇÃO COM A MODALIDADE E MOTIVAÇÕES

A primeira pergunta feita aos entrevistados foi sobre a relação com a modalidade e a motivação em trabalhar com o *trail running* ou praticar a modalidade, no caso do atleta. **Porque você trabalha com *trail running*? Qual a sua relação com a modalidade? Quais são suas motivações?**

O atleta respondeu que pratica esta modalidade porque ela é diferente de correr na rua, pois ela é feita em trilhas, montanhas e por sua beleza que muitas vezes é única e inexplicável. O atleta aliou o gosto pela natureza com seu esporte favorito que é a corrida. Sua principal motivação é estar em contato com a natureza.

A razão pelo que o treinador trabalha com *trail running* é o fato dele ter descoberto a modalidade por acaso, ajudando na organização de eventos de corrida em trilha e montanha, assim começou a estudar e praticar a modalidade que veio a se tornar sua profissão. A paixão pelo esporte é o que lhe motiva a trabalhar e ajudar atletas a alcançar seus objetivos.

O organizador de provas relatou que antes de trabalhar com eventos ele era atleta de *trail running*, corrida de orientação e corrida de aventura a mais de 10 anos e começou a organizar treinos na montanha para atletas da região de Curitiba, PR. Os atletas queriam participar de corridas (que eram poucas na época de 2012 e 2013), então o organizador começou a fazer eventos para estes atletas. Ele disse que os eventos de *trail running* era uma lacuna que precisava ser preenchida. Sua motivação é sempre oferecer o melhor para os atletas. Apesar de receber muitas críticas, muita gente contra, ele relata que sua motivação é intrínseca e nada pode afetá-la.

A marca esportiva tem como proposta divulgar a marca entre os praticantes de *trail running* e é motivada em mostrar que seus produtos são os melhores para a prática da modalidade.

## 4.2 INVESTIMENTO E RETORNO

A segunda pergunta feita aos entrevistados foi sobre o investimento aplicado no *trail running* e o seu retorno. **Trabalhar com *trail running* é um negócio lucrativo? Quais os retornos, além dos financeiros, você recebe com esta prática?**

O investimento do atleta entrevistado para a prática do *trail running*, segundo ele mesmo, é em média de R\$ 300,00. Porém isso depende de cada evento, da distância deste evento de sua moradia e outros fatores que podem influenciar no preço total. Os gastos, além dos eventos mencionados pelo entrevistado, é a alimentação específica para o treinamento e competições e também a compra de equipamentos específicos para tal. Por evento, a média de gastos pelo atleta em equipamentos e alimentação é de R\$ 200,00. A média de eventos deste competidor é de um evento por mês. O atleta não obtém retorno financeiro em participar dos eventos, de acordo com ele, o retorno é o prazer de estar competindo entre amigos e estar entre a natureza.

O retorno financeiro do professor em treinar atletas para competições de *trail running* ainda não é satisfatório. O treinador comentou que:

apesar dos poucos treinadores de *trail running* no Brasil, a maioria dos atletas não está disposta a pagar o valor real do serviço. Hoje existem muitos treinadores e todos se arriscam em dar treinamentos de corrida em trilha, o que faz com que os treinadores mais experientes baixem o valor para poder competir no mercado (TREINADOR).

Além do retorno financeiro o treinador relata que o prazer em treinar atletas para competir em meio a natureza é extremo.

A satisfação em treinar pessoas para se desafiarem em ambientes extremos como florestas, montanhas, desertos, gelo e muitos outros é enorme. Além de ver a felicidade deles em concluírem seus objetivos, é muito bom dividir esses momentos junto com eles. Não há dinheiro que pague tudo isso (TREINADOR).

O organizador argumenta que o valor de uma prova é devido a sua estrutura e todo seu planejamento antes de ser realizada. Assim, fala que hoje quem lucra mais são empresas que recebem incentivos da lei de incentivo ao esporte do Governo Federal. Com mais dinheiro essas empresas conseguem oferecer mais estrutura e

qualidade, assim atraindo mais clientes e lucrando mais. Além deste ponto, o organizador utiliza o termo “estrutura enxuta” para organizadores que economizam o máximo de dinheiro em estrutura para ganhar mais dinheiro. Ele alerta que nesses eventos a segurança é ruim, os pontos de apoio ao atleta não são bons, ou seja, é uma estrutura precária que arrisca perder seu cliente para os próximos eventos. Concluindo, uma organização com mais qualidade ganha menos dinheiro se não tiver uma lei de incentivo apoiando ou um bom patrocínio de uma empresa privada. O retorno não financeiro do organizador é servir de referência aos atletas e ser reconhecido por ser uma empresa de qualidade.

O representante da marca esportiva comenta que as vendas estão aumentando ao longo do tempo. Comenta que os clientes são os que já têm maior conhecimento da marca e que é mais difícil vender para quem ainda não conhece os produtos. O retorno da marca como patrocinadora é o de levar mais clientes para a loja. A loja não quantifica o que vem dos patrocínios, mas afirma que está crescendo o interesse na marca por visibilidade de atletas e assessorias patrocinadas.

Na opinião do atleta, sobre o investimento que deve ser feito na modalidade, pelas marcas, foi relatado que deveria ser investido muito mais do que é feito hoje. Para ele, quem faz o desenvolvimento dos eventos e dos atletas são os patrocinadores e quanto mais patrocínio envolvido, mais as chances do esporte se expandir.

#### 4.3 PAPEL DENTRO DO *TRAIL RUNNING* PARANAENSE

A terceira pergunta feita aos entrevistados foi sobre o papel ou melhor, sobre a posição ocupada por cada um deles dentro do referido sub-campo. **Qual é o seu papel dentro do *trail running* paranaense? Onde você quer chegar?**

Para o atleta, seu papel é ter e ganhar mais visibilidade estando entre os melhores atletas nas competições. A visibilidade também é um fator importante para o treinador, porém ele acredita que seu papel é fomentar a modalidade, introduzir novos praticantes e aperfeiçoar aqueles que já praticam. O treinador demonstra que sua vontade é fazer com que o *trail running* cresça, colocando mais praticantes treinados nas competições.

Fazer provas com mais qualidade e nível reconhecido internacionalmente é o papel do organizador dentro da modalidade. Ele tem orgulho de dizer que a maior prova do Brasil está no Estado do Paraná e não nos centros financeiros do Brasil, como São Paulo e Rio de Janeiro. Sua meta é colocar mais atletas internacionais nos eventos brasileiros, pois no Brasil existem condições ideais para a prática do *trail running*. Com mais atletas internacionais, a repercussão mundial aumentaria o prestígio desse esporte no Brasil.

O papel do patrocinador ou da marca esportiva, no Estado do Paraná é expandir. A representante relata: “É como se fosse um elo. Se a gente ajuda um organizador de corrida em montanha a gente também está se ajudando a difundir este esporte para mais pessoas”. Adicionando, ela diz que como a modalidade está crescendo ela vê um futuro para a marca no Paraná e acredita nesse crescimento.

#### 4.4 CONCORRÊNCIA

A quarta pergunta feita aos entrevistados foi sobre a concorrência, levando-se em conta as disputas dentro do sub-campo do *trail running*. **Como é sua concorrência? Qual sua relação com seus concorrentes? Como funciona essa disputa?**

Como mencionado pelo treinador quando abordado sobre investimento e retorno, a concorrência direta é baixa, pois são poucos os profissionais qualificados para desempenhar o treinamento de *trail running* no Paraná. Porém existe um alto número de assessorias esportivas que mesmo sem ter experiência e treinamento para aplicar o ensino do *trail running* aos seus clientes, realiza este serviço para não perder seu aluno para outra empresa. Geralmente, fazem este trabalho por um preço mais baixo que o normal e afetam os profissionais mais especializados.

Para o organizador, a concorrência alguns anos atrás era maior, porém nos tempos de hoje é mais saudável, pois ajuda no crescimento da empresa. O organizador conta que as instituições no Estado do Paraná e no Brasil são muito competitivas e não se ajudam, o que atrapalha o crescimento da modalidade no Brasil. Um exemplo são as datas das corridas que por falta de comunicação ou má índole de alguns organizadores se contrapõem e acabam atrapalhando ambos os eventos. Segundo o organizador, o ano de 2016 foi muito difícil, pois a crise fez com que os

clientes não buscassem qualidade e sim preço na hora de se inscrever para as competições.

A representante da marca esportiva diz que nenhuma concorrente consegue superar a qualidade dos seus produtos e ganha o cliente pela qualidade que oferece.

Sobre a relação que estas empresas têm com suas concorrentes, o treinador descreve que é uma concorrência saudável, pois a maioria se conhece e busca alcançar objetivos parecidos, muitas vezes se ajudando, motivo que fortalece a qualidade dos serviços oferecidos pelas assessorias. De acordo com o organizador, existem concorrentes amigos e outros que nem conversam, mas existe um grande respeito entre eles. Como podemos acompanhar abaixo:

Eu não tenho medo de segurar para mim as coisas, eu acho que a gente não tem que ter tudo pra gente, as pessoas a nossa volta têm que crescer, nossos amigos têm que crescer, porque crescer no mercado a gente cresce junto, mesmo isso sendo um fator que muitos não entendem, mas a concorrência serve para fazer você sair daquela inércia, de você estar equilibrado, tudo tranquilo e fazer você crescer. Para mim, concorrência é bom (ORGANIZADOR).

Indagado sobre o que ele busca em uma organização de *trail running*, o atleta (consumidor) disse que quer encontrar um evento sem erros, com percursos bem marcados, apoios bem feitos, segurança, ou seja, tudo que faz com que a competição aconteça. Ele conta que não é necessário muito investimento em prêmios, brindes e outros fatores relacionados a isto e sim qualidade no evento a ser corrido. Questionado sobre o que ele procura nos equipamentos para corrida, ele conta que procura qualidade em produtos que tenham relação com a modalidade. Sobre o investimento em uma assessoria esportiva ele relata que começou a evoluir sua performance depois que entrou em uma assessoria e foi treinado por um profissional da área.

#### 4.5 CONSUMIDORES E CONSUMO

A quinta pergunta feita aos entrevistados foi sobre o público alvo, ou melhor, os consumidores que comprem os produtos oferecidos e como é esse consumo. **Para quem você vende seus produtos? Quem compra seus produtos hoje? Que fatores já foram alterados para suprir as expectativas dos seus clientes?**



O treinador mencionou que vende seus serviços para quem o procura e que não busca clientes. Os clientes que adquirem seus serviços são aqueles que procuram qualidade no treinamento para *trail running* e um profissional qualificado internacionalmente que trás todo conhecimento conquistado em países onde a modalidade é mais desenvolvida. Todo o serviço é feito baseado no cliente, ou seja, os dias e horários de atendimento, os locais, o planejamento do treinamento e outros fatores para que o consumidor saia satisfeito com o serviço prestado.

O organizador refere que vende seus eventos para quem deseja se aventurar, desde uma pessoa normal até atletas de elite. Ele conta que não existem atletas profissionais de *trail running* no Brasil, todos são amadores e conseguem fazer com o que nível de competitividade seja bem alto. O organizador diz que teve que alterar a logística de alguns eventos, alterando os locais, onde há mais estrutura para os corredores, como hotéis, restaurantes, lojas, etc.

A marca esportiva vende para um público de consumidores de maneira geral, desde frequentadores de academia, corrida em montanha, caminhadas, entre outros.

#### 4.6 DIFICULDADES

A sexta pergunta feita aos entrevistados foi sobre as dificuldades encontradas no dia a dia. **Quais as dificuldades encontradas ao trabalhar com a modalidade?**

Apoio é a principal dificuldade relatada pelo atleta. A falta de apoio à modalidade, aos seus atletas e aos eventos prejudica o crescimento do esporte. O treinador também condiz com a mesma dificuldade. Pouco apoio para desenvolver mais treinamentos especiais, levar atletas para competições, entre outros. Outra dificuldade encontrada pelo treinador é a falta de segurança nas trilhas e montanhas da região de Curitiba, PR. Segundo ele, existem casos de assaltos, o que gera receio na hora do praticante treinar em trilha.

Os problemas relatados pelo organizador começam por dificuldades em organizar eventos em locais protegidos por unidades de conservação federal e limitações orçamentárias para realização de eventos. Ele conta que muitos apoiadores e patrocinadores querem ajudar com produtos, todavia a organização precisa de dinheiro para realizar os eventos, o que dificulta muitas parcerias que não conseguem disponibilizar quantias monetárias para apoiar e patrocinar competições. A dificuldade

em levar pessoas até a loja é um problema para a marca esportiva, pois o representante relata que não existe muito o apoio das assessorias para tal.

## 5 DISCUSSÃO

Através dos resultados percebe-se que tanto o atleta quanto o treinador tem como principal motivação o prazer pela modalidade. De acordo com Elias e Dunning (1992), cada modalidade esportiva tem suas características específicas e seus praticantes tornam estas características como sua personalidade. O atleta sai da grande cidade e busca na natureza um local para praticar seu esporte, saindo da rotina, buscando uma emoção que ele não encontra nos centros urbanos. No caso do *trail running*, uma modalidade praticada ao ar livre, um tipo especial de tensão pode ser sentida, é o que os autores chamam de descontrole controlado.

Segundo Fiorelli (2003), esta é uma motivação intrínseca, pois vem de uma energia interior, uma força que impulsiona o seu eu em direção de algo. O organizador e a marca esportiva se motivam em oferecer o melhor para o cliente, sendo que o melhor para eles é o serviço que eles prestam. Ainda para Fiorelli (2004), a motivação de um trabalhador é enriquecida por cinco fatores que são identificados na situação do organizador e da marca esportiva. O desempenho do cargo exige habilidades diferentes. Para o organizador e marca esportiva eles têm várias tarefas para dar o melhor ao seu cliente não sendo só a tarefa de delegar, mas também de realizar distintas atividades para entregar o produto final ao seu cliente. O segundo fator é este resultado final do serviço que faz com que o consumidor se identifique com o vendedor de uma maneira positiva e criando um vínculo entre os dois agentes. Além deste vínculo, o terceiro fator é o impacto positivo que tudo isso gera para outras pessoas que estão conectadas de alguma maneira com o consumidor satisfeito. As condições anteriores dão razão ao quarto fator que é o grau de liberdade que o organizador e a marca esportiva têm para tomar decisões e agir com seus clientes. Finalmente entrando no último fator que é a avaliação do consumidor sobre o serviço ou produto comprado. Uma avaliação positiva ou negativa pode motivar o trabalhador de alguma maneira (FIORELLI, 2004).

Percebe-se que todos os quatro entrevistados são praticantes da modalidade, o que motiva mais ainda seu trabalho em prol do esporte que estão envolvidos. Pierre Bourdieu, afirma que o que origina todos os costumes é o *habitus*, que segundo ele vem do gosto individual. O gosto individual é determinado através do capital econômico da pessoa sendo que pessoas de baixa renda tendem a suprir suas necessidades básicas, as pessoas que possuem maior capital de mais poder

econômico podem usufruir de gostos mais “caros” (BOURDIEU, 1983). O *trail running* não é uma necessidade básica do ser humano, podendo ser considerado uma prática de luxo para os menos favorecidos e sendo o estilo de vida das pessoas que o praticam.

Sobre o consumo, Bourdieu (2004), diz que não se pode estudar o consumo do esporte sem levar em conta o consumo alimentar ou o consumo do lazer. Nos resultados vimos que o organizador vende suas corridas para atletas amadores, pois não existem atletas profissionais da modalidade, no Brasil. Portanto, o *trail running* se caracteriza por uma modalidade amadora, sendo que seus praticantes são consumidores de lazer. Para Silva (2011), o amadorismo se caracteriza em uma espécie de lazer com o objetivo de ter prazer e se divertir na prática do esporte. O consumo do lazer pode ser conectado com os produtos específicos para *trail running* que são produzidos pela marca esportiva, mas que segundo a representante da marca, são vendidos não somente para atletas, mas também para outras pessoas que praticam outras atividades, seja caminhada ou para os indivíduos que frequentam academia. Outro fator que foi relatado pelo organizador de provas, foi o fato de se adaptar as sugestões dos corredores em realizar provas onde hajam mais hotéis, restaurantes, lojas e outros atrativos. Percebe-se o impacto que o evento esportivo gera somente com os atletas que desejam não apenas correr, mas aproveitar o local em que vão competir para outros tipos de lazer.

No campo esportivo, vê-se que o *trail running* não é muito favorecido em relação a outras modalidades esportivas. Bourdieu denomina campo como um meio onde pessoas em concorrência buscam objetivos específicos, respeitando regulamentos específicos, mas que não dispõem dos mesmos recursos (BOURDIEU, 1983). O campo esportivo movimenta bilhões de dólares, porém o *trail running* carece de maiores investimentos seja para o atleta ou para a marca que o patrocina. A concorrência entre as partes desta modalidade com menos recursos, mostra-se grande, pois tanto na organização de provas, como na área do treinamento de atletas, de acordo com os entrevistados, existe uma disputa onde muitos se desfazem da qualidade para vender mais barato. O organizador e treinador dizem se sentirem lesados pela estratégia, pois são determinados a abaixar seus preços para que consigam um número satisfatório de clientes. Outras vantagens de alguns concorrentes são os incentivos que recebem seja do poder público ou privado.

Todavia, sabe-se que incentivos estão ao alcance de todos, basta saber e realizar o que é necessário para conseguir o apoio financeiro.

## 6 CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo geral analisar o perfil do mercado do *trail running* no Estado do Paraná. Através de entrevistas abertas envolvendo quatro agentes estruturantes do sub-campo do *trail running* foi constatado que o perfil do mercado do *trail running* no Estado do Paraná está em crescimento, porém os investimentos ainda são insatisfatórios. O treinador e o organizador de eventos carecem de apoio financeiro por parte de iniciativas públicas e privadas.

A principal motivação do atleta e do treinador é o prazer pela modalidade; a do organizador e do agente da marca esportiva é aumentar a oferta e a demanda.

O perfil do atleta de *trail running* no Estado do Paraná, diz respeito a um atleta amador, que investe em competições, treinamento e equipamentos. O investimento mensal do atleta é, em média, R\$ 500,00.

Sobre as principais dificuldades relatadas pelos entrevistados podemos concluir que o atleta tem como maior dificuldade a falta de apoio financeiro (patrocínio); já o treinador relatou falta de segurança nas trilhas e montanhas da região de Curitiba/PR; no caso do organizador a principal dificuldade é a concessão de licença ambiental para a realização dos eventos; e, finalmente, a principal dificuldade da marca esportiva é atrair clientes para sua loja.

Ao final desta pesquisa, concluímos que o mercado do *trail running* está em franco processo de desenvolvimento, procurando aumentar cada vez mais a oferta e a demanda, porém o sub-campo do *trail running* ainda precisa se consolidar dentro campo esportivo paranaense.

## REFERÊNCIAS

ADVENTUREMAG. O que é corrida de aventura? Disponível em: <<http://www.adventuremag.com.br/blogsv2/adventuremagz/iniciando/o-que-e-corrída-de-aventura/>>. Acesso em: 04 mai. 2017.

ATIVO. A hora e a vez do Brasil no Mundial de trail running 2016. Disponível em: <<https://www.ativo.com/experts/hora-e-vez-brasil-mundial-trail-running/>>. Acesso em 24 abr. 2017.

ATRA, American Trail Running Association. Trailrunner 2013 Calendar. Disponível em: < [http://www.trailrunner.com/calendar/2013\\_calendar\\_by\\_state.htm](http://www.trailrunner.com/calendar/2013_calendar_by_state.htm)>. Acesso em: 17 jun. 2013.

ATRA, American Trail Running Association. 2017 Events. Disponível em: < <http://trailrunner.com/race-calendar/>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

ATRP, Associação de Trail Running de Portugal. Conceito de Trail Running. Disponível em: < <http://associacaotrailrunningportugal.pt/conceito-de-trail-running/>>. Acesso em: 08 ago. 2013

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **O Campo Científico**. In: ORTIZ, Renato (org.). Coleção Grandes Cientistas Sociais. Editora Ática, São Paulo, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CORREDOR DE MONTAÑA. Calendario. Disponível em: < <http://www.corredordemontana.com/index.php/por-meses/junio>>. Acesso em: 18 jun. 2013.

CORREDOR DE MONTAÑA. Calendario. Disponível em: < <http://www.corredordemontana.com/index.php/por-meses>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. **A Busca da Excitação**. 1. ed. Lisboa: DIFEL, 1992.

FIORELLI, J. O. **Psicologia para administradores**. São Paulo: Atlas, 2004.

GIL, Antônio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro. Record, 1997.

IAAF, International Association of Athletics Federations. IAAF Congress, Beijing, China, 19 August 2015 - Day 1 Notes. Disponível em: < [http://www.iaaf.org/news/press-release/iaaf-congress-beijing-2015?utm\\_source=GCSResults&utm\\_medium=googlecse&utm\\_campaign=Search%20term:%20'TRAIL%20RUNNING',%20Page1&utm\\_content=Slot4](http://www.iaaf.org/news/press-release/iaaf-congress-beijing-2015?utm_source=GCSResults&utm_medium=googlecse&utm_campaign=Search%20term:%20'TRAIL%20RUNNING',%20Page1&utm_content=Slot4) > . Acesso em: 03 nov. 2015.

INDÚSTRIA do esporte movimentada US\$ 1 trilhão no mundo. Disponível em: < <http://www.amcham.com.br/gestao-empresarial/noticias/industria-do-esporte-movimentada-us-1-trilhao-no-mundo>>. Acesso em: 10 out. 2016.

ITRA, International Trail Running Association. Definition of Trail-Running. Disponível em: < [http://www.i-tra.org/page/259/Definition\\_of\\_trail-running.html](http://www.i-tra.org/page/259/Definition_of_trail-running.html)> . Acesso em: 28 abr. 2017.

KOERNER, Hal. **Field Guide to Ultrarunning**. 1. ed. Boulder: Velopress, 2014.

ROBILLARD, Jason. **Never Wipe Your Ass with a Squirrel**. 1. ed. San Diego: Barefoot Running Press, 2013.

SEBRAE. Comércio de calçados e produtos esportivos em alta. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comercio-de-calçados-e-produtos-esportivos-em-alta,c7f1080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 03 out. 2016.



SHEVELS, Kevin. **An Introduction to Trail and Fell Running**. 2. ed. Darlington: Tralguides Limited, 2010.

SILVA, Joanna Lessa Fontes. Futebol: amadorismo em tempos de profissionalismo. *Revista de Ciências Sociais*, Fortaleza, v. 42, p.64-76, jan/jun. 2011.

SINGH, Navin R.; DENISSEN, Emmerentia C.; MCKUNE, Andrew J.; PETERS, Edith M. Intestinal Temperature, Heart Rate, and Hydration Status in Multiday Trail Runners. **Clinical Journal of Sport Medicine**., v. 22, n. 4, p. 311-318, jul. 2012.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. **Métodos de Pesquisa em Atividade Física**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2002.

TRA, Trail Running Association. Definition of trail running. Disponível em: <<http://www.trail-running-association.org/focus-groups/definition-of-trail-running/>>. Acesso em: 08 ago. 2013.

TRAIL DE PORTUGAL. Definição. Disponível em: <<http://www.trailportugal.net/#!/definicao/cn4k>>. Acesso em: 08 ago. 2013.

TRAIL HUNTERS. Infográfico e curiosidades das provas de Trail Running no Brasil em 2014. Disponível em: <<http://www.trailhunters.com.br/noticias/5/4721/infografico-e-curiosidades-das-provas-de-trail-running-no-brasil-em-2014.html#sthash.JfhUjXaw.dpbs>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

TRAIL LABS. Calendário Nacional de Trail Running 2013. Disponível em: <<http://www.trail-labs.com.br/2013/01/calendario-nacional-de-trail-running.html>>. Acesso em: 18 jun. 2013.

TRAIL RUNNING BRASIL. Veja quem são os integrantes das delegações no Trail World Championships 2016 Trans Peneda-Gerês. Disponível em: <<http://www.trailrunning.com.br/noticias/5/5286/veja+quem+sao+os+integrantes+das+delegacoes+no+Trail+World+Championships+2016+-+Trans+Peneda-Geres.html>> Acesso em: 24 abr. 2017.

TRAIL RUNNING BRASIL. Brasil é um dos países com maior número de representantes no UTMB 2016. Disponível em: <  
<http://www.trailrunning.com.br/noticias/5/5219/Brasil+e+um+dos+países+com+maior+numero+de+representes+no+UTMB+2016.html>> Acesso em: 24 abr. 2017.

## APÊNDICE I – TERMO DE CONSENTIMENTO

**Termo de consentimento livre e esclarecido**  
(PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS - Resolução 466/12)

**Título da pesquisa:** Evolução do *Trail Running* no Paraná

**Pesquisadores, com endereços e telefones:**

Gilmar Francisco Afonso, residente no endereço, Rua Deputado Mário de Barros, 833 ap. 106, Centro Cívico, Curitiba/PR, telefone, (41) 98253071.

Daniel Ramos de Oliveira Junior. Rua Brasilio Ribas, 860, Novo Mundo, Curitiba/PR. Telefone (41) 9797 1816

**Local de realização da pesquisa:** Trail Running Club Brasil.

**Endereço, telefone do local:** Rua Recife, 620, Cabral Curitiba/PR. Telefone: (41) 9767-9978

**Local de realização da pesquisa:** V8 Assessoria Esportiva.

**Endereço, telefone do local:** Rua Isaias Bevilaqua, 244 loja 01 - Mercês, Curitiba - PR, 80430040. Telefone: (41) 3154 5047

**Local de realização da pesquisa:** Salomon Brasil.

**Endereço, telefone do local:** Av. Cândido de Abreu, 127 - Centro Cívico, Curitiba - PR, 80530-900. Telefone: (41) 3013-3332

### A) INFORMAÇÕES AO PARTICIPANTE

Convidamos o(a) Sr.(a) para participar como voluntário(a) da pesquisa Evolução do *Trail Running* no Paraná, que está sob a responsabilidade do aluno Daniel Ramos de Oliveira e está sob a orientação do Prof. Dr. Gilmar Francisco Afonso, telefone: (41) 9825-3071, e-mail: gildoxyz@hotmail.com.

Caso este Termo de Consentimento contenha informações que não lhe sejam compreensíveis, as dúvidas podem ser tiradas com a pessoa que está lhe entrevistando e apenas ao final, quando todos os esclarecimentos forem dados, caso concorde com a realização do estudo pedimos que assine ao final deste documento, que está em duas vias, uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável.

Caso não concorde, não haverá penalização, bem como será possível retirar o consentimento a qualquer momento, também sem nenhuma penalidade.

#### 1. Apresentação da pesquisa.

A evolução do *trail running* acontece devido ao trabalho de várias agentes sociais envolvidos com diferentes áreas dentro da modalidade. O estudo delas é essencial para uma melhor compreensão do esporte. Sendo assim, a pesquisa terá como foco estudar todos os envolvidos com o mercado da modalidade. Atletas, treinadores, marcas relacionadas com o *trail running* e organizadores de eventos.

#### 2. Objetivos da pesquisa.

Analisar o impacto da evolução do mercado do *trail running* no potencial de mercado da modalidade no estado do Paraná.

#### 3. Participação na pesquisa.

A sua participação na pesquisa será através de uma entrevista individual com duração de aproximadamente 30 minutos em um ambiente de sua preferência (porém

reservado). A entrevista possui 6 questões em forma de questionário não estruturado e serão realizados outros questionamentos, caso o pesquisador julgue necessário. A entrevista será gravada através de um telefone celular. O entrevistador irá até o seu local de trabalho. Não lhe será pago e nem lhe será cobrado(a) para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária.

#### **4. Confidencialidade.**

Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação.

#### **5. Riscos e Benefícios.**

**5a) Riscos:** os dados serão coletados em forma de entrevista. Portanto apresenta poucos riscos ao participante. Um ocasional risco é o fato do entrevistado não se sentir confortável com a entrevista. Ele irá responder as perguntas e tem o direito de não responder caso haja algum problema.

**5b) Benefícios:** os benefícios de forma direta para com o participante é o de fazer parte de um estudo relacionado a sua área e assim poderão refletir mais sobre o seu tema de atuação. De forma indireta, será que por meio da pesquisa realizada, todos os organizadores, treinadores, empresários e atletas do ramo poderão administrar e planejar melhor suas atitudes em relação ao mercado do *trail running* paranaense.

#### **6. Critérios de inclusão e exclusão.**

##### **6a) Inclusão:**

- a) Organizador de eventos: principal organizador de provas de *trail running* no Estado do Paraná.
- b) Representante de marca esportiva: lojista com estabelecimento comercial no Estado do Paraná, responsável pela venda de produtos destinados à prática do *trail running*.
- c) Assessoria esportiva (treinador): prestador de serviço referente ao *trail running*, atuante no Estado do Paraná.
- d) Atleta: renomado e exclusivo competidor de *trail running* que participa de provas no Estado do Paraná.

##### **6b) Exclusão:**

- a) Participantes que não assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE); e o Termo de Consentimento de Uso de Imagem, Som e Voz (TCUISV).
- b) Participantes que não responderem a pelo menos quatro das perguntas da entrevista.

#### **7. Direito de sair da pesquisa e a esclarecimentos durante o processo.**

O participante da pesquisa tem os direitos de: a) deixar o estudo a qualquer momento e b) de receber esclarecimentos em qualquer etapa da pesquisa. Bem como, evidenciar a liberdade de recusar ou retirar o seu consentimento a qualquer momento sem penalização.

### 8. Ressarcimento e indenização.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-judicial.

### ESCLARECIMENTOS SOBRE O COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA:

O Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos (CEP) é constituído por uma equipe de profissionais com formação multidisciplinar que estão trabalhando para assegurar o respeito aos seus direitos como participante de pesquisa. Ele tem por objetivo avaliar se a pesquisa foi planejada e será executada de forma ética. Se você considerar que a pesquisa não está sendo realizada da forma como você foi informado ou que você está sendo prejudicado de alguma forma, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (CEP/UTFPR). Av. Sete de Setembro, 3165, Rebouças, CEP 80230-901, Curitiba-PR, telefone: 3310-4494, e-mail: [coep@utfpr.edu.br](mailto:coep@utfpr.edu.br)

### B) CONSENTIMENTO (do participante de pesquisa)

Eu declaro ter conhecimento das informações contidas neste documento e ter recebido respostas claras às minhas questões a propósito da minha participação direta (ou indireta) na pesquisa e, adicionalmente, declaro ter compreendido o objetivo, a natureza, os riscos, benefícios, ressarcimento e indenização relacionados a este estudo.

Após reflexão e um tempo razoável, eu decidi, livre e voluntariamente, participar deste estudo. Estou consciente que posso deixar o projeto a qualquer momento, sem nenhum prejuízo.

Nome

completo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_ Data de Nascimento: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

CEP: \_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Assinatura:

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Eu declaro ter apresentado o estudo, explicado seus objetivos, natureza, riscos e benefícios e ter respondido da melhor forma possível às questões formuladas.

Assinatura pesquisador: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_  
(ou seu representante) \_\_\_\_\_

Nome completo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Para todas as questões relativas ao estudo ou para se retirar do mesmo, poderão se comunicar com Gilmar Francisco Afonso, via e-mail: [gildoxyz@hotmail.com](mailto:gildoxyz@hotmail.com) ou telefone: (41) 9825-3071. Ou Daniel Ramos de Oliveira Junior, via e-mail: [danieljunior@alunos.utfpr.edu.br](mailto:danieljunior@alunos.utfpr.edu.br) ou telefone (41) 997971816

**OBS:** este documento deve conter duas vias iguais, sendo uma pertencente ao pesquisador e outra ao participante da pesquisa.

## APÊNDICE II – TERMO DE CONSENTIMENTO

**Termo de consentimento de uso de imagem, som e voz**  
(PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS - Resolução 466/12)

**Título da pesquisa:** Evolução do *Trail Running* no Paraná

**Pesquisadores, com endereços e telefones:**

Gilmar Francisco Afonso, residente no endereço, Rua Deputado Mário de Barros, 833 ap. 106, Centro Cívico, Curitiba/PR, telefone, (41) 98253071.

Daniel Ramos de Oliveira Junior. Rua Brasilio Ribas, 860, Novo Mundo, Curitiba/PR. Telefone (41) 9797 1816

**Local de realização da pesquisa:** Trail Running Club Brasil.

**Endereço, telefone do local:** Rua Recife, 620, Cabral Curitiba/PR. Telefone: (41) 9767-9978

**Local de realização da pesquisa:** V8 Assessoria Esportiva.

**Endereço, telefone do local:** Rua Isaias Bevilaqua, 244 loja 01 - Mercês, Curitiba - PR, 80430040. Telefone: (41) 3154 5047

**Local de realização da pesquisa:** Salomon Brasil.

**Endereço, telefone do local:** Av. Cândido de Abreu, 127 - Centro Cívico, Curitiba - PR, 80530-900. Telefone: (41) 3013-3332

### A) INFORMAÇÕES AO PARTICIPANTE

Convidamos o(a) Sr.(a) para participar como voluntário(a) da pesquisa Evolução do *Trail Running* no Paraná, que está sob a responsabilidade do aluno Daniel Ramos de Oliveira e está sob a orientação do Prof. Dr. Gilmar Francisco Afonso, telefone: (41) 9825-3071, e-mail: gildoxyz@hotmail.com.

Caso este Termo de Consentimento contenha informações que não lhe sejam compreensíveis, as dúvidas podem ser tiradas com a pessoa que está lhe entrevistando e apenas ao final, quando todos os esclarecimentos forem dados, caso concorde com a realização do estudo pedimos que assine ao final deste documento, que está em duas vias, uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável.

Caso não concorde, não haverá penalização, bem como será possível retirar o consentimento a qualquer momento, também sem nenhuma penalidade.

### 9. Apresentação da pesquisa.

A evolução do *trail running* acontece devido ao trabalho de várias agentes sociais envolvidos com diferentes áreas dentro da modalidade. O estudo delas é essencial para uma melhor compreensão do esporte. Sendo assim, a pesquisa terá como foco estudar todos os envolvidos com o mercado da modalidade. Atletas, treinadores, marcas relacionadas com o *trail running* e organizadores de eventos.

### 10. Objetivos da pesquisa.

Analisar o impacto da evolução do mercado do *trail running* no potencial de mercado da modalidade no estado do Paraná.

### 11. Participação na pesquisa.

A sua participação na pesquisa será através de uma entrevista individual com duração de aproximadamente 30 minutos em um ambiente de sua preferência (porém

reservado). A entrevista possui 6 questões em forma de questionário não estruturado e serão realizados outros questionamentos, caso o pesquisador julgue necessário. A entrevista será gravada através de um telefone celular. O entrevistador irá até o seu local de trabalho. Não lhe será pago e nem lhe será cobrado(a) para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária.

### **12. Confidencialidade.**

Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação.

### **13. Riscos e Benefícios.**

**5a) Riscos:** os dados serão coletados em forma de entrevista. Portanto apresenta poucos riscos ao participante. Um ocasional risco é o fato do entrevistado não se sentir confortável com a entrevista. Ele irá responder as perguntas e tem o direito de não responder caso haja algum problema.

**5b) Benefícios:** os benefícios de forma direta para com o participante é o de fazer parte de um estudo relacionado a sua área e assim poderão refletir mais sobre o seu tema de atuação. De forma indireta, será que por meio da pesquisa realizada, todos os organizadores, treinadores, empresários e atletas do ramo poderão administrar e planejar melhor suas atitudes em relação ao mercado do *trail running* paranaense.

### **14. Critérios de inclusão e exclusão.**

#### **6a) Inclusão:**

- e) Organizador de eventos: principal organizador de provas de *trail running* no Estado do Paraná.
- f) Representante de marca esportiva: lojista com estabelecimento comercial no Estado do Paraná, responsável pela venda de produtos destinados à prática do *trail running*.
- g) Assessoria esportiva (treinador): prestador de serviço referente ao *trail running*, atuante no Estado do Paraná.
- h) Atleta: renomado e exclusivo competidor de *trail running* que participa de provas no Estado do Paraná.

#### **6b) Exclusão:**

- c) Participantes que não assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE); e o Termo de Consentimento de Uso de Imagem, Som e Voz (TCUISV).
- d) Participantes que não responderem a pelo menos quatro das perguntas da entrevista.

### **15. Direito de sair da pesquisa e a esclarecimentos durante o processo.**

O participante da pesquisa tem os direitos de: a) deixar o estudo a qualquer momento e b) de receber esclarecimentos em qualquer etapa da pesquisa. Bem como, evidenciar a liberdade de recusar ou retirar o seu consentimento a qualquer momento sem penalização.



**16. Ressarcimento e indenização.**

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-judicial.

**ESCLARECIMENTOS SOBRE O COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA:**

O Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos (CEP) é constituído por uma equipe de profissionais com formação multidisciplinar que estão trabalhando para assegurar o respeito aos seus direitos como participante de pesquisa. Ele tem por objetivo avaliar se a pesquisa foi planejada e será executada de forma ética. Se você considerar que a pesquisa não está sendo realizada da forma como você foi informado ou que você está sendo prejudicado de alguma forma, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (CEP/UTFPR). Av. Sete de Setembro, 3165, Rebouças, CEP 80230-901, Curitiba-PR, telefone: 3310-4494, e-mail: [coep@utfpr.edu.br](mailto:coep@utfpr.edu.br)

**B) CONSENTIMENTO (do participante de pesquisa)**

Eu, \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ declaro ter conhecimento das informações contidas neste documento e ter recebido respostas claras às minhas questões a propósito da minha participação direta (ou indireta) na pesquisa e, adicionalmente, declaro ter compreendido o objetivo, a natureza, os riscos e benefícios deste estudo. Após reflexão e um tempo razoável, eu decidi, livre e voluntariamente, participar deste estudo, permitindo que os pesquisadores relacionados neste documento obtenham fotografia, filmagem ou gravação de voz de minha pessoa para fins de pesquisa científica/educacional. Concordo que o material e as informações obtidas relacionadas a minha pessoa possam ser publicados em aulas, congressos, eventos científicos, palestras ou periódicos científicos. Porém, não devo ser identificado por nome ou qualquer outra forma. As fotografias, vídeos e gravações ficarão sob a propriedade do grupo de pesquisadores pertinentes ao estudo e sob sua guarda.

Nome

completo: \_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_ Data de Nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

CEP: \_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_

Assinatura:

\_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Eu declaro ter apresentado o estudo, explicado seus objetivos, natureza, riscos e benefícios e ter respondido da melhor forma possível às questões formuladas.

Assinatura pesquisador: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_  
(ou seu representante) \_\_\_\_\_

Nome completo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Para todas as questões relativas ao estudo ou para se retirar do mesmo, poderão se comunicar com Gilmar Francisco Afonso, via e-mail: [gildoxyz@hotmail.com](mailto:gildoxyz@hotmail.com) ou telefone: (41) 9825-3071. Ou Daniel Ramos de Oliveira Junior, via e-mail: [danieljunior@alunos.utfpr.edu.br](mailto:danieljunior@alunos.utfpr.edu.br) ou telefone (41) 997971816

**OBS:** este documento deve conter duas vias iguais, sendo uma pertencente ao pesquisador e outra ao participante da pesquisa.

**APÊNDICE III – TERMO DE COMPROMISSO DE UTILIZAÇÃO DE DADOS(TCUD)**

Eu, **Daniel Ramos de Oliveira Junior**, abaixo assinado, pesquisador envolvido no projeto de título: “Evolução do *Trail Running* no Paraná”, sob a orientação do Prof. Dr. Gilmar Francisco Afonso, nos comprometemos a manter a confidencialidade sobre as respostas obtidas nos questionários respondidos pelo organizador de evento, representante de marca esportiva, treinador e atleta com o objetivo de fornecer informações sobre os aspectos importantes que influenciam no desenvolvimento do *trail running* no Paraná.

Curitiba, ..... de .....de 2016.

**Nome:** Daniel Ramos de Oliveira Junior

**R.G.:** 9.109.749.4

**Assinatura:** \_\_\_\_\_

**Nome:** Gilmar Francisco Afonso

**R.G.:** 3.559.893-6

**Assinatura:** \_\_\_\_\_

**APÊNDICE IV - QUESTIONÁRIO NÃO ESTRUTURADO PARA ENTREVISTA PARA ORGANIZADOR DE PROVA.**

**Entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

- 1) Porque você organiza eventos de *trail running*? Qual a sua relação com a modalidade? Quais são suas motivações?
- 2) Organizar eventos é um negócio lucrativo? Quais os retornos, além dos financeiros, você recebe com esses eventos?
- 3) Qual é o seu papel dentro do *trail running* paranaense? Onde você quer chegar?
- 4) Como é sua concorrência? Qual sua relação com seus concorrentes? Como funciona essa disputa?
- 5) Para quem você vende seus eventos? Quem compra seus eventos hoje? Que fatores já foram alterados para suprir as expectativas dos seus clientes?
- 6) Quais são as dificuldades encontradas em organizar eventos de *trail running*?

**APÊNDICE V - QUESTIONÁRIO NÃO ESTRUTURADO PARA ENTREVISTA PARA PATROCINADOR E MARCA ESPORTIVA.**

**Entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

- 1) Porque você patrocina eventos e atletas de *trail running*? Qual a sua relação com a modalidade? Quais são suas motivações?
- 2) Vender equipamentos para *trail running* é um negócio lucrativo? Quais os retornos, além dos financeiros, você recebe com essas vendas? Quais os retornos recebidos pelos patrocínios que vocês disponibilizam?
- 3) Qual é o seu papel dentro do *trail running* paranaense? Onde você quer chegar?
- 4) Como é sua concorrência? Qual sua relação com seus concorrentes? Como funciona essa disputa?
- 5) a
- 6) Quais são as dificuldades encontradas em patrocinar eventos e atletas de *trail running*? E quais as dificuldades encontrada em vender seus produtos?

**APÊNDICE VI - QUESTIONÁRIO NÃO ESTRUTURADO PARA ENTREVISTA PARA TREINADOR.**

**Entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

- 1) Porque você trabalha com *trail running*? Qual a sua relação com a modalidade? Quais são suas motivações?
- 2) Treinar atletas é um negócio lucrativo? Quais os retornos, além dos financeiros, você recebe com esse treinamento?
- 3) Qual é o seu papel dentro do *trail running* paranaense? Onde você quer chegar?
- 4) Como é sua concorrência? Qual sua relação com seus concorrentes? Como funciona essa disputa?
- 5) Para quem você vende seus serviços? Quem compra seus serviços hoje? Que fatores já foram alterados para suprir as expectativas dos seus clientes?
- 6) Quais são as dificuldades encontradas em treinar atletas para eventos de *trail running*?

**APÊNDICE VII - QUESTIONÁRIO NÃO ESTRUTURADO PARA ENTREVISTA PARA ATLETA****Entrevistado:** \_\_\_\_\_**Data:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

- 1) Porque você pratica *trail running*? Qual a sua relação com a modalidade? Quais são suas motivações?
- 2) Quanto você gasta para participar em eventos de *trail running*? Em que você gasta dinheiro? Qual o retorno desse investimento?
- 3) Qual é o seu papel dentro do *trail running* paranaense? Onde você quer chegar?
- 4) Qual a sua opinião sobre quem investe no *trail running*? Por exemplo: os patrocinadores, apoios desenvolvem um papel importante?
- 5) O que você procura em uma organização de eventos? Em produtos relacionais ao *trail running*? Em sua assessoria esportiva?
- 6) Quais as dificuldades encontradas na prática dessa modalidade?