

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO JUDICIÁRIA
ESPECIALIZAÇÃO EM DIREITO ADMINISTRATIVO COM FOCO NO JUDICIÁRIO

**APRESENTAÇÃO DOS PROBLEMAS ENCONTRADOS NO TRANSPORTE
PÚBLICO PELOS VISITANTES DO MARACANÃ: ESTUDO DE CASO**

SANDRA MARIA DE SANT'ANNA REIS

RIO DE JANEIRO

2014

SANDRA MARIA DE SANT'ANNA REIS

**APRESENTAÇÃO DOS PROBLEMAS ENCONTRADOS NO TRANSPORTE
PÚBLICO PELOS VISITANTES DO MARACANÃ: ESTUDO DE CASO**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Direito Administrativo com Foco no Judiciário – Área Administrativa, da pós-graduação da Escola de Administração Judiciária, do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro.

RIO DE JANEIRO

2014

DEDICATÓRIA

Dedico a presente monografia à minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para que este trabalho fosse desenvolvido. Infelizmente não é possível citara todas, portanto me desculpo pelos nomes aqui omitidos, pois sem exceção, todos merecem meus mais sinceros agradecimentos, uma vez que suas contribuições foram igualmente valiosas.

Ao meu pai (*in memoriam*) por sempre ter incentivado o meu aprimoramento profissional.

À minha mãe pelo apoio e paciência.

Ao meu filho, Paulo Guilherme, pois foi para ele.

À ESAJ pela grata oportunidade de mais uma etapa de aprendizado.

Ao Mauricio Rizzo, meu companheiro na vida e em todas as dificuldades encontradas para a realização deste trabalho.

A todos os colegas de sala de aula.

EPÍGRAFE

“A atividade de turismo não pode acontecer sem o transporte, pois, para que haja turismo, é preciso que as pessoas se desloquem.”

(GUILHERME PALHARES)

RESUMO

Nos últimos anos a Cidade do Rio de Janeiro sediou eventos de grande porte, o que contribuiu para a divulgação de sua imagem no exterior. O sucesso na realização de eventos como a Jornada Mundial da Juventude e da Copa do Mundo de 2014 fortaleceram ainda mais a imagem não somente da cidade, mas de todo o País.

De fato, é importante conhecer os problemas existentes no transporte público sob a ótica do turista, uma vez que em 2016 a cidade sediará as Olimpíadas. Conhecer os problemas e minimizá-los é relevante, tendo em vista o fluxo de turistas que circulará antes, durante e depois da realização deste grande evento, análogo à experiência vivenciada em outras sedes.

Sendo assim, esta monografia visa conhecer através da realização de pesquisa de campo, os problemas observados pelos turistas no transporte público da cidade em seu deslocamento ao Estádio do Maracanã, com vistas a produzir subsídios para implantação de Políticas Públicas de Transporte.

PALAVRAS CHAVE

Transporte Público, Turismo, Mobilidade Urbana, Políticas Públicas.

ABSTRACT

In recent years the Rio de Janeiro City hosted large events, which contributed to the dissemination of its image abroad. The successful events such as the World Youth Day and the World Cup 2014 strengthened even more the image not only the city but throughout the country.

Indeed, it is important to know the problems in public transport from the perspective of the tourist, since in 2016 the city will host the Olympics. Knowing the problems and minimize them is relevant in view of the flow of tourists who circulate before, during and after the completion of this great event, analogous to the experience they had in other venues.

Thus, this monograph aims to meet by conducting field research, the problems observed by tourists in the city's public transportation in their displacement to the Maracana Stadium, in order to produce knowledge to support implementation of Public Transport Policies.

KEYWORDS

Public Transport, Tourism, Urban Mobility, Public Policy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 – Região Metropolitana do Rio de Janeiro	3
---	---

LISTA DE TABELAS

Tabela 1.1 – Relação dos municípios da RMRJ.....	4
Tabela 1.2 – Viagens realizadas por modo de transporte	5
Tabela 3.1 – Veículos Licenciados – Automóveis (em milhões).....	25
Tabela 3.2 – Receita cambial turística.....	26
Tabela 3.3 - Chegadas de turistas no Brasil segundo países emissores – 2011 a 2013	27
Tabela 3.4 - Chegadas de turistas ao Brasil, por vias de acesso – 2012 e 2013	27
Tabela 3.1.1 – Chegadas de turistas ao Brasil segundo Unidades da Federação (2012-2013)	28
Tabela 3.1.2 – Taxa média de ocupação	29
Tabela 3.1.3 – Percentual médio de pernoites segundo o motivo principal da viagem ...	30
Tabela 3.1.4 – Visitantes do Pão de Açúcar e Corcovado	31
Tabela 3.1.5 – Número de visitantes ao Estádio do Maracanã	32
Tabela 5.1.1.1 – Contagem realizada no Maracanã por modo.....	38
Tabela 5.1.2.1 – Amostra Estratificada ao Atrativo por Modo de Transporte	39
Tabela 5.1.2.2 – Amostra Estratificada ao Atrativo por Gênero e Modo de Transporte ..	40
Tabela 5.1.2.3 – Faixa Etária dos Entrevistados por Modo	40
Tabela 5.1.2.4 – Renda dos Entrevistados por Modo.....	40
Tabela 5.3.1.1 – Faixa etária dos usuários de ônibus	42
Tabela 5.3.1.2 – Entrevistados por Região.....	44
Tabela 5.3.1.3 – Entrevistados por Meio de Hospedagem	44
Tabela 5.3.1.4 – Bairro dos Entrevistados.....	45
Tabela 5.3.2.1 – Opinião dos usuários de ônibus sobre o ônibus	47
Tabela 5.3.2.2 – Quantitativo de usuários de ônibus por modo e nota atribuída.....	48
Tabela 5.3.2.3 – Pontos Positivos do Ônibus.....	49
Tabela 5.3.2.4 – Pontos Negativos do Ônibus	50

Tabela 5.3.2.5 – Razão de não Utilizar o Metrô	51
Tabela 5.3.2.6 – Atrativos por modo de transporte.....	52
Tabela 5.4.1.1 – Faixa Etária dos usuários de metrô	53
Tabela 5.4.1.2 – Entrevistados por Região.....	54
Tabela 5.4.1.3 – Entrevistados por Meio de Hospedagem	55
Tabela 5.4.1.4 – Bairro dos Entrevistados.....	56
Tabela 5.4.2.1 – Opinião dos entrevistados usuários de metrô sobre o metrô.....	57
Tabela 5.4.2.2 – Quantitativo de usuários de metrô por modo e nota atribuída	59
Tabela 5.4.2.3 – Pontos Positivos do Metrô	60
Tabela 5.4.2.4 – Pontos Negativos do Metrô.....	61
Tabela 5.4.2.5 – Razão de não Utilizar o Ônibus	62
Tabela 5.4.2.6 – Atrativos por modo de transporte.....	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 5.3.1.1 – Gênero dos usuários de ônibus.....	42
Gráfico 5.3.1.2 – Grau de Instrução dos usuários de ônibus	43
Gráfico 5.3.1.3 – Renda dos usuários de ônibus	43
Gráfico 5.3.1.4 – Número de acompanhantes dos usuários de ônibus.....	44
Gráfico 5.3.2.1 – Opinião dos usuários de ônibus sobre o ônibus	47
Gráfico 5.4.1.1 – Gênero dos usuários de metrô	53
Gráfico 5.4.1.2 – Grau de Instrução dos usuários de metrô.....	54
Gráfico 5.4.1.3 – Renda dos usuários de metrô.....	54
Gráfico 5.4.1.4 – Número de acompanhantes dos usuários de metrô	55
Gráfico 5.4.1.5 – Opinião dos usuários de metrô sobre o metrô.....	57

LISTA DE ABREVIATURAS

ABIH-RJ – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ABLA – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis

ACT – Atividades Características do Turismo

AETT – Anuário Estatístico dos Transportes

ANFAVEA – Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores

ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres

BU – Bilhete Único

BRT – Bus Rapid Transit

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

IPETUR – Instituto de Pesquisas e Estudos de Turismo e Hotelaria

OMT – Organização Mundial do Turismo

PDTU – Plano Diretor de Transportes Urbanos

PCRJ – Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro

RMRJ – Região Metropolitana do Rio de Janeiro

VLT – Veículo Leve sobre Trilhos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Relevância do Estudo.....	7
1.2. Objetivos do Estudo	9
1.2.1. Objetivo Principal	9
1.2.2. Objetivos Secundários	9
1.3. Delimitação do Estudo	10
1.4. Metodologia do Estudo	11
1.5. Organização do Estudo	11
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	12
2.1. Conceitos de Turismo	13
2.2. Transporte para o Turismo	15
2.3. Tipos de Turismo e de Turistas	16
2.4. Tipos de Deslocamento	17
2.5. Tipo de Oferta de Transporte	18
2.6. Estado da Arte	20
3. O TURISMO NO BRASIL	24
3.1. O Turismo no Rio de Janeiro	28
4. METODOLOGIA DA PESQUISA	33
4.1. Formulação da Pesquisa	33
4.2. Definição da População	34
4.3. Instrumento de Coleta de Dados.....	35
4.4. Coleta de dados	35
4.5. Escolha do Local de Pesquisa.....	36
4.6. Estratégia Analítica Aplicada	36
4.6.1. Codificação	36
4.6.2. Tabulação	36
4.6.3. Correlação entre dados	37
4.7. Dados Gerais da Pesquisa:.....	37
4.8. Análises por Modo Utilizado:	37
5. ANÁLISE DA PESQUISA COM BASE NA APLICAÇÃO DE QUESTIONARIOS	37

5.1. Dados Gerais da Pesquisa.....	38
5.1.1. Contagem realizada por modo	38
5.1.2. Dados gerais da Amostra.....	39
5.2. Análise por Modalidade	41
5.3. Usuários de Ônibus	42
5.3.1. Perfil do usuário	42
5.3.2. Opiniões dos entrevistados.....	46
5.4. Usuários de Metrô	52
5.4.1. Perfil do usuário	53
5.4.2. Opiniões dos entrevistados.....	56
6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	63
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70

1. INTRODUÇÃO

O Brasil é um país no qual ainda há um grande contraste socioeconômico, embora diversos programas do Governo tenham como meta o desenvolvimento e a redução da desigualdade social. Para tal, o serviço público de transporte se apresenta como peça fundamental uma vez que a relação entre transportes e atividades de uma região sejam elas econômicas ou não, só poderá ser de fato alcançada a partir de uma eficiente infraestrutura viária e de transporte.

Para muitos países a atividade turística é vista como uma poderosa atividade socioeconômica, capaz de influenciar diretamente no contexto de seu crescimento. Cabe salientar que o turismo é uma atividade global, pois está presente nos cinco continentes, movimentando milhões de pessoas anualmente. Neste contexto também se destacam as viagens domésticas que exercem considerável contribuição no desenvolvimento e consolidação da atividade turística.

Cabe destacar que em muitos países o mercado interno é bastante significativo e alvo de estímulo dos governos, uma vez que em momentos de crises internacionais podem alcançar resultados bastante positivos, minimizando assim possíveis impactos causados em virtude das crises.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo - OMT, as chegadas de turistas internacionais cresceram cerca de 5% em 2013, até alcançar 1,087 bilhão de pessoas viajando. Em 2013, viajaram aproximadamente 52 milhões de turistas internacionais a mais do que no ano anterior, ou seja, O setor turístico demonstrou uma notável capacidade de adaptação às condições instáveis dos mercados, assim como para impulsionar o crescimento e a criação de emprego em todo o mundo, apesar dos desafios econômicos e geopolíticos que persistem.

Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, em 2013 houve um aumento no quantitativo de turistas estrangeiros no Brasil em relação ao ano anterior. O aumento no número de turistas estrangeiros no país superou a média de crescimento mundial, sendo quase três vezes maior que a alta verificada nos demais países da América do Sul. A EMBRATUR estima que cerca de 6 milhões de turistas estrangeiros visitaram o Brasil em 2013.

A atividade turística cresce anualmente em ritmo acelerado e é uma atividade que engloba diversos setores como: transporte, hotelaria, comércio, gastronomia,

lazer, eventos, negócios, cultura e uma grande variedade de serviços, que estão ligados direta ou indiretamente a estas viagens.

Cabe destacar que é cada vez mais comum o deslocamento de turistas no destino anfitrião através do serviço público de transporte local. As motivações são diversas, seja pelo valor tarifário normalmente mais barato do que táxi, ou por ser uma forma mais comum de se inserir na cultura local. O corrente avanço tecnológico também contribui para o exercício desta prática, uma vez que o serviço público de transporte é oferecido com maior rapidez, conforto, segurança e pontualidade.

No Brasil, grande parcela da população utiliza e depende do transporte público para seus deslocamentos pendulares, ou seja, casa – trabalho – casa ou casa – escola – casa. Embora por muito tempo o País tenha demonstrado uma tendência de aplicação de recursos financeiros voltados à boa circulação de veículos particulares, atualmente é possível perceber que esta prática não tem mais sido executada.

Nos últimos anos o Brasil tem efetuado investimentos na área de transporte com vistas à priorização do transporte coletivo e o aumento do índice de mobilidade urbana (nº de viagens/habitantes). No Rio de Janeiro, a ampliação da malha metroviária (Linha 4), a implantação dos Corredores de BRT (TransOeste, TransCarioca, TransOlímpico e TransBrasil) a implantação das faixas de BRS, a implantação da Via Binário, a implantação do VLT na área central, a conclusão das obras do Arco Metropolitano, a compra de novas composições de trens e metrô, bem como também a compra de novas barcas são exemplos que podem ser destacados como incentivo ao transporte coletivo. Cabe salientar que a implantação do Bilhete Único (Estadual e Carioca) também demonstra o interesse do poder público em assegurar ao cidadão um melhor serviço de transporte.

Entretanto, cabe salientar que não se pretende nesta monografia aprofundar em cada um destes investimentos, apenas citá-los como parte de um pacote de projetos que tem como objetivo a priorização do transporte coletivo e a melhoria da oferta deste serviço.

O Estado do Rio de Janeiro é formado por regiões, entre elas, a RMRJ - Região Metropolitana do Rio de Janeiro, composta de 20 cidades. A cidade do Rio de Janeiro é a de maior população, com aproximadamente 6,3 milhões de habitantes, de acordo com o censo realizado pelo IBGE em 2010. A figura 1.1 ilustrada a seguir apresenta a RMRJ e em destaque está a capital. A tabela

1.1 mostra a relação de municípios que formam a RMRJ, seguido de suas respectivas populações.

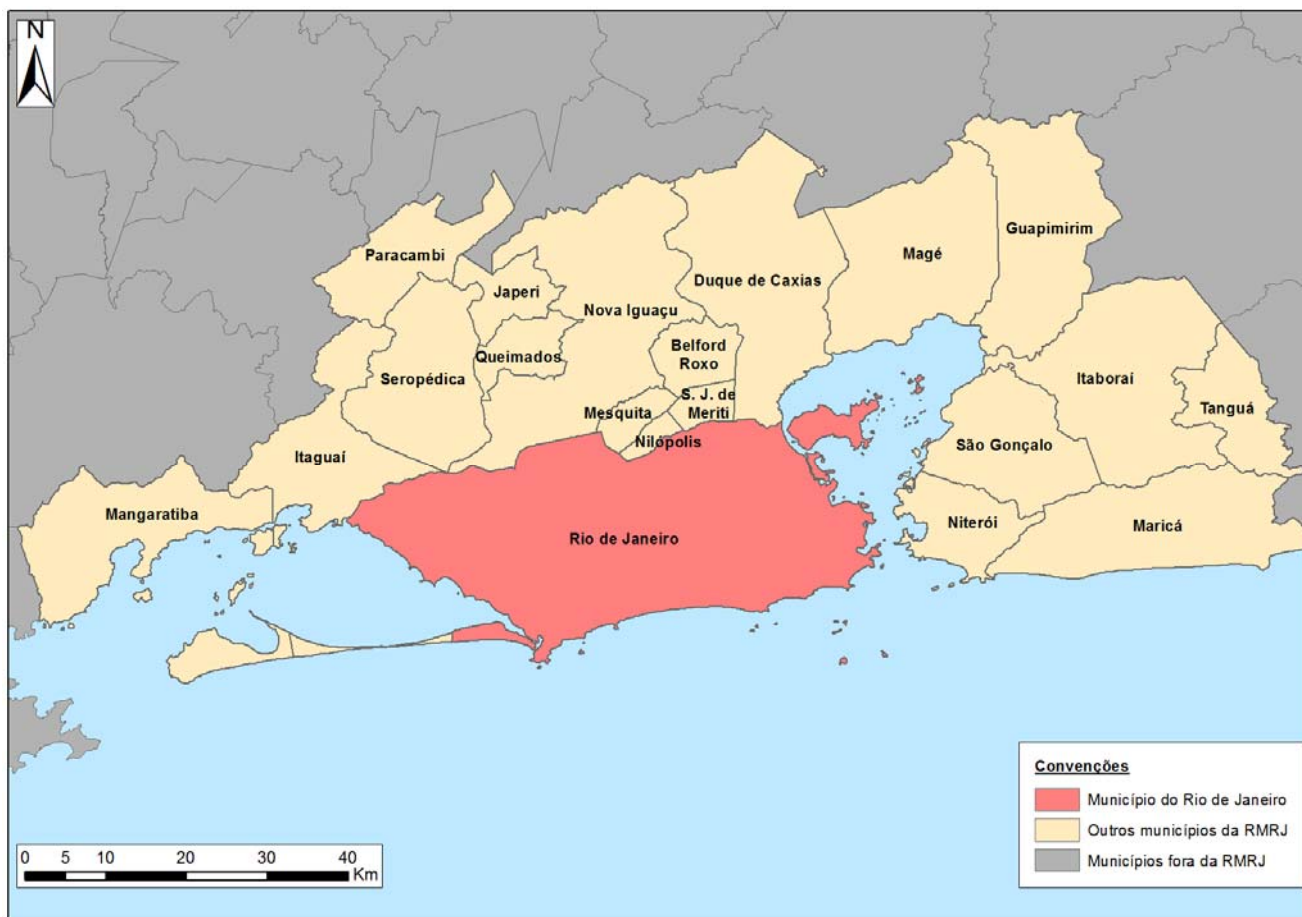


Figura 1.1 – Região Metropolitana do Rio de Janeiro

Tabela 1.1 – Relação dos municípios da RMRJ

Município	População	%
Rio de Janeiro	6.323.037	53,25
São Gonçalo	999.901	8,42
Duque de Caxias	855.046	7,20
Nova Iguaçu	795.212	6,70
Niterói	487.327	4,10
Belford Roxo	469.261	3,95
São João de Meriti	459.356	3,87
Magé	228.150	1,92
Itaboraí	218.090	1,84
Mesquita	168.403	1,42
Nilópolis	157.483	1,33
Queimados	137.938	1,16
Maricá	127.519	1,07
Itaguaí	109.163	0,92
Japeri	95.391	0,80
Seropédica	78.183	0,66
Guapimirim	51.487	0,43
Paracambi	47.074	0,40
Mangaratiba	36.311	0,31
Tanguá	30.731	0,26
Total	11.875.063	100,0

Fonte: IBGE

A tabela 1.1 mostra que somente quatro municípios (Rio de Janeiro, São Gonçalo, Duque de Caxias e Nova Iguaçu) concentram cerca de 3/4 da população metropolitana.

Segundo o Plano Diretor de Transporte Urbano - PDTU/RMRJ - 2005 circulam na Cidade do Rio de Janeiro aproximadamente 1.247 linhas de ônibus, sendo 557 municipais e 690 intermunicipais. Na capital, são realizadas por dia, cerca de 11,7 milhões de viagens. Na RMRJ são realizadas aproximadamente 20 milhões de viagens por dia. Deste quantitativo as viagens em modos motorizados representam cerca de 12,5 milhões de viagens.

As viagens realizadas na RMRJ ocorrem de formas e combinações diferenciadas, em função dos modos de transportes existentes na região e também do motivo da viagem. Cabe salientar que as viagens podem ser classificadas como motorizadas ou não motorizadas.

Os modos motorizados em operação na RMRJ são constituídos pelos sistemas metroviário, ferroviário, aquaviário, rodoviário, transporte alternativo,

automóvel particular, táxis, motocicletas, transporte escolar, transporte fretado, caminhão e outras opções não convencionais.

Das viagens motorizadas, 5 milhões são realizadas através de ônibus municipais, 1,3 milhões por ônibus intermunicipais e 1,6 milhões são feitas pelo transporte alternativo (vans, e kombis). É importante destacar o considerável número de viagens realizadas em transporte alternativo. Estas viagens muitas vezes ocorrem em função da reduzida oferta de transporte público em determinadas regiões ou em locais onde o acesso por ônibus é difícil (comunidades e favelas). Em muitos casos o usuário opta por esta modalidade também em função da tarifa (às vezes menor do que a de ônibus) e da conveniência tendo em vista se tratar de um serviço praticamente porta a porta.

Os modos não motorizados correspondem aos deslocamentos a pé ou de bicicletas. A tabela 1.2 mostra a distribuição das viagens da população na RMRJ, segundo o modo de transporte utilizado. É possível perceber nesta tabela que os modos a pé e ônibus (municipal e intermunicipal) compreendem a maior parcela das viagens com quase 67% do total.

Tabela 1.2 – Viagens realizadas por modo de transporte

Modo de Transporte	Viagens Realizadas	%
A pé	6.740.688	33,85%
Ônibus Municipal	5.254.848	26,39%
Condutor de Auto	2.106.591	10,58%
Transporte Alternativo	1.630.985	8,19%
Ônibus Intermunicipal	1.331.894	6,69%
Passageiro de Auto	863.043	4,33%
Bicicleta / Ciclomotor	645.510	3,24%
Metrô	355.404	1,78%
Trem	303.578	1,52%
Transporte Escolar	190.262	0,96%
Táxi	139.109	0,70%
Motocicleta	100.922	0,51%
Transporte Fretado	92.150	0,46%
Barco / Aerobarco / Catamarã	82.091	0,41%
Ônibus Executivo	47.233	0,24%
Caminhão	29.448	0,15%
Bonde	2.195	0,01%
Total	19.915.951	100,0%

Fonte: PDTU/RMRJ-2005

O elevado quantitativo de viagens realizadas diariamente não apenas na cidade do Rio de Janeiro, mas em toda RMRJ, remete aos problemas e dificuldades vivenciados periodicamente pelos usuários cativos do sistema de transporte público. Cabe salientar que muitas vezes o transporte público é também utilizado por turistas em seus deslocamentos na cidade, entretanto são poucos os estudos que indicam quais os problemas que este tipo de usuário (não cativo) encontra nos modos de transporte.

Com vistas a minimizar esta lacuna de conhecimento, decorrente da pouca bibliografia sobre o tema transporte turístico em áreas urbanas, este estudo tem como objetivo principal conhecer e apresentar os problemas observados pelos turistas no transporte coletivo (ônibus e metrô) da Capital.

As pesquisas referentes a transportes realizadas na cidade do Rio de Janeiro normalmente são efetuadas em domicílio, sendo assim, consideram apenas as viagens realizadas pela população local que na maioria das vezes realiza viagens pendulares. Os turistas não participam deste tipo de pesquisa, e em raras exceções, realizam este tipo de deslocamento, tornando-se desconhecida sua percepção do sistema de transporte público e dificultando ações para melhorias voltadas para este tipo de usuário.

Cabe ressaltar que este estudo compreende apenas os problemas encontrados pelos turistas em deslocamentos urbanos na cidade do Rio de Janeiro, porém nada impede que futuros estudos sejam realizados com objetivo de identificar as dificuldades vividas por turistas em outros tipos de deslocamentos na cidade ou em outros meios de transporte.

Foi escolhido para elaboração deste estudo um atrativo turístico da cidade no qual as pesquisas foram aplicadas junto aos seus visitantes. Neste caso foi concluído que o Estádio Jornalista Mário Filho ou Maracanã, seria o local ideal para a realização da pesquisa, pois sua localização possibilita o acesso através de diferentes modos de transporte como, por exemplo, ônibus, metrô, trem e vans.

Por esta razão não foram escolhidos atrativos igualmente tradicionais como o Corcovado ou o Pão de Açúcar, já que estão situados em regiões de acesso limitado ou que poucos modos de transporte alcançam.

É importante salientar que os visitantes entrevistados não se referem aqueles que acessam o estádio em dias de jogos (torcedores), mas sim aos que visitam o estádio para conhecer suas dependências, museus, história, etc.

1.1. Relevância do Estudo

Embora o turismo seja dependente de deslocamento e da utilização de transporte independente da modalidade, ainda são poucas as referências bibliográficas disponíveis sobre o tema transporte e turismo.

Cabe destacar que existe vasta literatura sobre o tema transporte público, bem como sobre o tema turismo, entretanto no Brasil, o tema transporte turístico em áreas urbanas ainda é pouco aprofundado.

De acordo com Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – INFRAERO em 2013, no Aeroporto Internacional Antônio Carlos Jobim (Galeão) houve uma movimentação de passageiros (embarque + desembarque) na ordem de 17 milhões. No Aeroporto Santos Dumont esta movimentação foi na ordem de 9 milhões de passageiros embarcados mais desembarcados.

Segundo a Secretaria de Estado de Transportes - SETRANS houve um movimento de passageiros na Rodoviária Novo Rio na ordem de 14 milhões de pessoas. Deste quantitativo, 6,9 milhões de passageiros desembarcaram na cidade.

De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo de 2013, a cidade do Rio de Janeiro é o segundo destino que mais recebe turistas, ficando atrás somente da cidade de São Paulo.

O turismo tem se destacado ultimamente no cenário internacional como um dos setores socioeconômicos de maior relevância, considerando os variados tipos de viagens como negócios, religião ou lazer. Este é um cenário bastante positivo, porque fomenta a geração de trabalho e renda já que a atividade turística possui um elevado potencial de geração de empregos e ocupações em todos os setores econômicos, principalmente comércio e serviço.

Nos últimos anos o Rio de Janeiro sofreu com uma reputação negativa por conta dos sucessivos episódios de violência, entretanto, a realização dos últimos eventos realizados na Cidade, como a Jornada Mundial da Juventude - JMJ, a Copa das Confederações e a Copa do Mundo de 2014 contribuíram para melhorar e fortalecer a imagem do país nos demais continentes.

De fato, o destino é considerado peça chave no desenvolvimento turístico nacional, a cidade é um dos grandes trunfos para ampliação do número de turistas no país, sendo considerado por muitos como o principal portão de entrada do Brasil.

A ABIH-RJ – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - Rio de Janeiro, estima que em 2013, do total de turistas que visitaram a cidade, cerca de 3,5 milhões hospedaram-se em hotéis e destes, 63,37% são provenientes de outras localidades do Brasil, a diferença é proveniente de outros países. Em 2013, calcula-se que a cidade tenha recebido 1,87% a mais de turistas nacionais em hotéis. Quanto aos turistas internacionais, a demanda foi bem superior, 8,5% a mais que em 2012.

Conforme já mencionado, a cidade sediou eventos de grande porte. Esta razão também contribuiu para a escolha do tema uma vez que em 2016 a capital sediará os Jogos Olímpicos. Portanto, conhecer e apresentar os problemas que os turistas encontram ao acessar o Maracanã através do transporte coletivo pode auxiliar nas políticas públicas voltadas para o transporte, mobilidade e acessibilidade.

Análogo ao que ocorreu na JMJ, na Copa das Confederações e na Copa do Mundo 2014, a maioria da população deverá ser atendida pelo serviço público de transporte da cidade também nas Olimpíadas de 2016, uma vez que não existe oferta suficiente de modos individuais disponíveis para atender toda a demanda que este grande evento atrai.

Sendo assim, é relevante conhecer os problemas, assim como também as dificuldades encontradas pelos turistas que já utilizaram o serviço de transporte público da cidade, para que medidas possam ser adotadas com o objetivo de melhorar o serviço ofertado e minimizar os impactos decorrentes da alta demanda deste evento de grande porte que ainda será realizado na Capital.

Desta forma, pretende-se que no período em que forem realizados os Jogos Olímpicos de 2016 na cidade, o sistema de transporte público esteja adaptado também aos turistas e que possa atender plenamente tanto os visitantes do Rio de Janeiro, como principalmente a população que o utiliza diariamente. Pretende-se ainda que investimentos na área de transporte e turismo permaneçam de legado para a população.

O turismo no Rio de Janeiro é importante em diversos setores econômicos e sociais, devendo ser considerado como fundamental para dinâmica econômica do município. É necessária a formulação de políticas públicas voltadas para a obtenção do desenvolvimento sustentável da atividade turística, de forma que futuramente a indústria do turismo não se inviabilize prejudicando os diversos setores atendidos.

Após a visita à órgãos públicos responsáveis pelo gerenciamento do turismo na cidade, foi constatado que não existem pesquisas com os turistas que aprofundem o tema transporte público.

Portanto, pretende-se com a realização desta monografia abordar o tema e minimizar a lacuna existente pela falta deste tipo de informação, realizando pesquisa de campo junto aos turistas visitantes do Estádio do Maracanã, conhecendo e apresentado os problemas que foram encontrados no transporte publico.

Através da aplicação de questionários junto aos turistas acredita-se que possa ser possível conhecer os principais problemas existentes no transporte público da cidade sob a ótica do visitante do Maracanã e desta forma, contribuir para um planejamento mais eficiente do sistema de transporte público do Rio de Janeiro, voltado também para este segmento de usuário que tende a ser crescente nos próximos anos.

1.2. Objetivosdo Estudo

Neste item serão apresentados os objetivos que se pretendem alcançar nesta monografia. Primeiramente o objetivo principal do estudo, em seguida os objetivos secundários.

1.2.1. Objetivo Principal

Conhecer através da pesquisa de campo os problemas observados pelos turistas no transporte público na visita ao Maracanã, visando a obtenção de um banco de dados que contribua para a implementação de melhorias no sistema de transporte da Capital.

1.2.2. Objetivos Secundários

Preencher a lacuna de conhecimento decorrente da pouca bibliografia sobre o tema transporte turístico em áreas urbanas.

Conhecer por modo, o perfil do usuário que utilizou o transporte coletivo (ônibus e metrô) para visitar o estádio, bem como suas respectivas opiniões sobre as modalidades.

Produzir subsídios para auxiliar no Planejamento de Transporte Público da cidade do Rio de Janeiro, bem como também no desenvolvimento do Turismo.

1.3. Delimitação do Estudo

Devido à existência de variadas tipologias de turistas, bem como de variados tipos de deslocamentos, esta monografia se limitará a estudar somente os turistas que viajam com objetivo de lazer e cultura, ou seja, o turista em busca de diversão. (Cohen, 1979)

Quanto aos tipos de deslocamentos, esta monografia se limitará a estudar somente àqueles realizados em âmbito urbano, entre o meio de hospedagem e o atrativo turístico e que tenham sido realizados também por transporte público.

Esta delimitação é importante, pois possibilita uma análise correta das dificuldades encontradas por turistas ao utilizar o serviço de transporte público do Rio de Janeiro, uma vez que a diversidade de turistas e de tipos de deslocamentos podem gerar resultados específicos para cada área.

Entretanto, nada impede que estudos semelhantes sejam desenvolvidos para outros tipos de turistas, em outros tipos de deslocamentos, e também em outros ambientes que não o urbano, contanto que as adaptações necessárias sejam de fato realizadas.

Cabe salientar que a escolha de turistas cujo motivo da viagem é o lazer em âmbito urbano se deu justamente pela sua relevância para o núcleo receptor, e principalmente, pela falta de dados na cidade referente ao tema transporte turístico em áreas urbanas.

A recente realização de grandes eventos como a JMJ, a Copa das Confederações e a Copa do Mundo, contribuiu ainda mais para a definição do tema, reforçando também a necessidade de que estudos como este sejam desenvolvidos. Cabe também destacar que em 2016 serão realizados os Jogos Olímpicos na cidade, portanto, conhecer os problemas que os turistas encontram no transporte

público após a realização dos últimos eventos poderá contribuir para solucionar e melhorar o serviço durante as Olimpíadas.

Por fim, espera-se que fique cada vez mais claro que um serviço de transporte público de qualidade e confiável, beneficia não somente a um determinado tipo de usuário, mas sim a sociedade como um todo.

1.4. Metodologia do Estudo

Inicialmente será realizado um levantamento da literatura existente sobre o tema central da monografia e de assuntos correlatos julgados relevantes. Cabe ressaltar que a revisão da literatura tem uma contribuição decisiva para um trabalho desta natureza. Esta revisão bibliográfica possibilitará o aprofundamento de conceitos e aspectos do turismo, como o transporte turístico no âmbito urbano e o deslocamento de turistas na cidade.

Posteriormente, serão apresentados dados referentes à tendência do turismo a nível Nacional e também na Cidade do Rio de Janeiro.

No item a seguir, será definida a amostra para aplicação de questionário aos turistas no atrativo turístico escolhido. Após definição da amostra e da realização da pesquisa de campo, os dados serão analisados para que seja possível alcançar o objetivo principal deste estudo, ou seja, conhecer e apresentar os problemas no transporte público observados pelos visitantes do Maracanã.

Finalmente, com a conclusão deste estudo, espera-se que seja possível contribuir para os Planos de Transporte Público da cidade do Rio de Janeiro e auxiliar também no fomento do turismo na cidade.

1.5. Organização do Estudo

No primeiro capítulo, apresenta-se o delineamento do tema da monografia, através do objetivo primário e os objetivos secundários propostos no estudo. Salienta-se a relevância deste capítulo, pois a partir dele o tema será desenvolvido. Este capítulo tem como objetivo também nortear o estudo. Nele são apresentados

fatores que justificam a relevância do tema, além de descrever também a metodologia utilizada para a elaboração da monografia.

No segundo capítulo, apresenta-se um levantamento das referências bibliográficas existentes que abordam o tema central da monografia e de assuntos julgados correlatos.

Neste capítulo também será realizada uma caracterização dos tipos de transporte existentes na Cidade do Rio de Janeiro, bem como dos modos de transporte público e os utilizados somente com fins turísticos.

No terceiro capítulo, apresenta-se uma análise do turismo a nível Nacional e na Cidade do Rio de Janeiro.

No quarto capítulo, apresenta-se a metodologia a ser utilizada para realização da pesquisa de campo e para a análise dos dados obtidos através da coleta. Será informada a amostra e o instrumento a serem utilizados bem como as possíveis limitações que o método possui.

No quinto capítulo, apresentam-se os resultados obtidos através da análise dos dados coletados na pesquisa de campo. Inicialmente será apresentada a informação referente ao perfil dos usuários de ônibus e metrô. Em seguida será apresentada a opinião dos entrevistados também por modo de transporte, neste caso os pontos positivos e negativos. Por fim, será apresentada a razão porque não foi utilizado o outro modo de transporte público em realce.

No sexto capítulo, apresentam-se as conclusões obtidas com a realização da monografia, a contribuição existente no estudo e futuras recomendações.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

É importante salientar que ao realizar o levantamento da literatura relacionada ao tema proposto nesta monografia foi constatada a dificuldade em encontrar bibliografia que aborde o tema transporte turístico em áreas urbanas, mesmo o turismo sendo uma atividade importante para diversos setores da economia e o assunto pertinente uma vez que transporte e turismo estão intimamente relacionados.

Entretanto, através da revisão bibliográfica, foi possível constatar a existência de vasta literatura abordando o tema transporte público, assim como abordando também o turismo. Porém, quando assunto a ser pesquisado é o transporte turístico em áreas urbanas, principalmente no Brasil, constatou-se a falta de estudos nesta área. Há algumas exceções que tratam de assuntos correlatos ou não aprofundam o tema em questão.

Hall, (1999) afirma que na verdade existem poucos artigos em revistas de transporte que fazem referência específica ao turismo, assim como há poucas referências ao transporte em revistas de turismo.

Para melhor compreensão do tema e do objetivo central do estudo, serão apresentados alguns conceitos de turismo. Posteriormente serão apresentadas as definições de Transporte e Turismo, Tipos de Turistas, Tipos de Deslocamento e por fim, o Tipo de Oferta de Transporte Turístico.

2.1. Conceitos de Turismo

É importante destacar que nem todos os deslocamentos são considerados como turismo, embora a atividade turística esteja diretamente relacionada com viagens. O conceito de turismo é observado de maneira controversa por vários autores, sendo definido por eles de diferentes formas.

A OMT – Organização Mundial do Turismo define-o da seguinte maneira:

“... o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, negócios ou outros fins”.

Segundo Ignarra (2003), ao utilizar o termo, “ambiente usual”, a OMT exclui as viagens dentro da área habitual de residência e as viagens frequentes ou pendulares realizadas entre o domicílio e o local de trabalho, além de outros deslocamentos realizados dentro da comunidade com caráter de hábito.

Mathieson e Wall (1990), também propuseram uma definição de turismo, considerando-o da seguinte forma:

“... o movimento temporário de pessoas para locais de destinos externos aos seus lugares de trabalho e moradia, as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino, incluindo os negócios realizados e as facilidades, os equipamentos e os serviços criados, decorrentes das necessidades dos viajantes”.

Através destas definições, percebe-se que o turismo é uma combinação de atividades, serviços e indústrias que se relacionam com a realização de uma viagem, como por exemplo, transportes, meios de hospedagem, serviço de alimentação, comércio, entretenimento, lazer, espaços para atividades diversas e outros serviços receptivos disponíveis para indivíduos ou grupos que viajam para fora de seu habitat.

É perceptível para qualquer pessoa que viaje regularmente a relação existente entre transporte e turismo, pois para alcançar seu destino, é necessário utilizar um meio de transporte. Portanto, o transporte é um serviço imprescindível para a existência do turismo.

Entretanto, cabe destacar que nem toda viagem é um deslocamento turístico. O deslocamento de indivíduos em seu núcleo de convívio realizando viagens a trabalho, escola, compras etc., não se caracteriza como turismo. Viagens a estudo e a trabalho mesmo quando realizadas em lugares distantes ou não habituais, como imigrantes, diplomatas ou membros das forças armadas em missões, não são consideradas como turismo.

Também é importante salientar que viagem a trabalho é diferente de turismo de negócios. O turismo de negócios tem como principal motivação, assuntos profissionais e empresariais. Segundo Oliveira (2000), turismo de negócios pode ser entendido como:

“o turismo praticado por executivos que viajam para participar de reuniões com seus pares, para visitar os fornecedores dos produtos que comercializam e fechar negócios.”

Viagem a trabalho, no entanto, é aquela em que o viajante está se dirigindo para um novo ambiente com o objetivo de ir ao encontro do seu local de trabalho.

2.2. Transporte para o Turismo

Forsyth (2001), ressalta que nem todo usuário de transporte é um turista ou visitante, portanto, o transporte voltado exclusivamente para a indústria do turismo (transporte turístico) é um subproduto da atividade de transporte. Sem o conhecimento prévio da importância do transporte para a atividade turística, o planejador e os tomadores de decisão muitas vezes limitam seus objetivos a atender exclusivamente as necessidades de seu próprio setor, desconsiderando todo o impacto que a regulamentação ou o investimento em infraestrutura podem gerar para outras atividades, notadamente o comércio e o turismo.

É importante destacar que o sistema de transporte possui a capacidade de ampliar o espaço econômico ao imprimir crescimento e desenvolvimento. Muitos estudiosos já salientaram a importância das redes de transporte no desenvolvimento do turismo, (Abeyratne, 1993; Chew, 1987; Kaul, 1985; Khadaroo & Seetenah, 2007, 2008; Prideaux, 2000). Entretanto, Lumson e Page (2004), advertem que os especialistas acadêmicos nas áreas de transportes e turismo ainda estão em grande parte isolados e não compartilham do mesmo pensamento, e que uma provável razão para isso talvez seja a dificuldade na identificação de transporte turístico como algo funcional, a fim de conduzir a análise e definições de políticas. (Page, 1999)

Collier (1994), define a atividade de transporte voltada para o turismo da seguinte forma:

- Transporte do turista da região de origem para a região anfitriã
- Transporte entre destinações anfitriãs
- Transporte dentro de destinações anfitriãs.

Neste caso, cabe salientar que embora a atividade de transportes voltada para o turismo englobe as definições apontadas por Collier (1994), nesta monografia será estudado apenas o transporte de passageiros dentro de um destino anfitrião, ou seja, transporte turístico em áreas urbanas, especificamente na Cidade do Rio de Janeiro.

2.3. Tipos de Turismo e de Turistas

Os viajantes são consumidores de serviços turísticos, quaisquer que sejam suas motivações. Entretanto, segundo a OMT, há variados tipos de classificação para estes consumidores, que podem ser considerados como turistas, excursionistas e visitantes. Uma vez que não interfere no objetivo central desta monografia, estas classificações não serão distinguidas no estudo, portanto todos os indivíduos foram considerados como turistas.

Ignara (2003), relata que o turismo pode ser classificado em:

- Local – quando ocorre entre municípios vizinhos;
- Regional – quando ocorre em locais em torno de 200 ou 300 km de distância da residência do turista;
- Doméstico – quando ocorre dentro do país de residência do turista
- Internacional – quando ocorre fora do país de residência do turista (intracontinental ou intercontinental)

Por tanto os turistas podem ser considerados estrangeiros quando de procedência internacional, ou turistas nacionais/domésticos, quando o deslocamento ocorre dentro do país de residência.

De acordo com a direção do fluxo turístico, ele também pode ser classificado como:

- Turismo emissivo – fluxo de saída de turistas que residem em uma localidade;
- Turismo receptivo – fluxo de entrada de turistas em um determinado local.

Com vistas a delimitar ainda mais o tema proposto, nesta monografia será tratado apenas do turismo receptivo na cidade do Rio de Janeiro, considerando apenas o turista em seu deslocamento interno em áreas urbanas uma vez que o universo do turismo é de fato muito amplo.

Cohen (1979), classifica os tipos de turistas da seguinte forma:

- Turista recreativo;
- Turista em busca de diversão;
- Turista empírico;
- Turista experimental;
- Turista existencial.

Smith (1989), elaborou outra classificação com sete tipos de turistas:

- Os exploradores;
- Os turistas de elite;
- Os turistas excêntricos;
- Os turistas incomuns;
- Os turistas de massa incipientes;
- Os turistas de massa;
- Os turistas charters.

Cabe ressaltar a importância da classificação do tipo de turistas que visitam uma cidade, uma vez que o modo de transporte utilizado em seus deslocamentos poderá diferir vis a vis à motivação de sua viagem. Por exemplo, turistas que viajam a negócios possuem o comportamento diferente daqueles que viajam a lazer.

A classificação apresentada anteriormente contribuiu para a definição do tipo de turista a ser entrevistado na pesquisa de campo. Sabendo que os tipos de turistas variam de acordo com o motivo pelo qual realizam sua viagem, optou-se portanto realizar a pesquisa com turistas em busca de diversão.

2.4. Tipos de Deslocamento

Quando se trata de deslocamento para turistas, é importante ressaltar que existe uma grande variedade de tipos de deslocamento e que todos são igualmente importantes no período de permanência do turista na cidade. De fato, uma das variáveis que influem na satisfação do turista é a qualidade do transporte

público porque ao utilizá-lo é possível conhecer boa parte da cidade com custo inferior se comparado com táxi ou carros alugados.

A escolha modal é uma importante etapa, pois a oferta disponível pode influenciar diretamente na escolha do usuário, podendo inclusive influenciar na escolha do atrativo a ser visitado. Neste caso a visita ao atrativo não estaria mais relacionada à preferência do turista, mas sim condicionada à oferta de transporte existente.

Cabe salientar sobre a importância do valor do tempo do turista. Como sua estadia possui um período de tempo pré-estabelecido o valor do seu tempo é diferente do restante da população.

A seguir serão apresentados os tipos de deslocamentos que o turista pode realizar:

- a) **Da região de origem para cidade anfitriã**
- b) **Do ponto de chegada à cidade anfitriã ao local de**
- c) **Do local de hospedagem aos atrativos**

Cabe salientar que o objetivo principal desta monografia é conhecer e apresentar os problemas do transporte público observados pelos visitantes do Maracanã. De fato, alguns fatores como sinalização inadequada, falta de fluência em outros idiomas, terminais obsoletos, falta de integração, insegurança e pouca oferta de transporte público em algumas regiões podem ser alguns dos elementos que compõem o problema.

Entretanto, apenas supor sobre a existência de um problema não é suficiente. É necessário realizar um diagnóstico da situação atual para que seja possível propor soluções para minimizar estas dificuldades e melhorar o serviço de transporte público.

2.5. Tipo de Oferta de Transporte

A oferta de transporte público de uma cidade pode ser definida em transporte turístico especializado e não especializado. Serão apresentados a seguir variados tipos de transportes turísticos, especializado e não especializado respectivamente.

a) Transporte Turístico Especializado – Este tipo de transporte é constituído por equipamentos que são regulamentados com objetivo exclusivo para o turismo. Estas regulamentações dependem da lei de cada país, estado ou município, sendo condizente com a realidade do local.

No Brasil, as atividades de transporte turístico são regulamentadas pelo Decreto nº 87.348/82, de 29 de junho de 1982, pela Resolução Normativa nº 32, de 21 de maio de 1998, e também pela Deliberação Normativa nº 246, de 03 de outubro de 1988, ambas do Conselho Nacional de Turismo, do Ministério da Indústria e do Comércio. (EMBRATUR, 2007).

O artigo 3º, do Decreto nº 87.348/82, de 29 de junho de 1982, afirma que o transporte é considerado transporte turístico quando prestados nas seguintes modalidades:

- I - transporte para excursões: o realizado no âmbito municipal, interestadual ou internacional, para o atendimento de excursões organizadas por Agências de Turismo;
- II - transporte para passeio local: o realizado para visita aos locais de interesse turístico de um município ou de suas vizinhanças, organizado por Agências de Turismo;
- III - transporte para traslado: o realizado entre as estações terminais de embarque e desembarque de passageiros, os meios de hospedagem e os locais onde se realizem eventos turísticos, como parte de serviços respectivos organizados por Agências de Turismo;
- IV - transporte especial: o ajustado diretamente pelo usuário com a transportadora turística.”

Sendo assim o transporte turístico especializado constitui-se da seguinte forma:

Transporte Rodoviário

- Locadoras de veículo,
- Veículos recreacionais (*Trailers, Motor-homes, Campers, Safári, Truck-homes*),
- Empresas de ônibus de fretamento (Continuo, Eventual, Próprio, de Estudantes),
- Outros veículos de fretamento (*Vans, Jeeps*).

Transporte Ferroviário

- Trem Turístico (Trem do Corcovado)

b) Transporte Turístico Não Especializado – Este tipo de transporte é constituído de toda infraestrutura de transporte público ou privado que não tenha o turismo como principal objetivo. Na capital, consideram-se ônibus, trens, metrô, barcas, táxis e transporte alternativo regularizado.

2.6. Estado da Arte

Muitos autores relatam a importância de estudos que tratem de mobilidade, de acessibilidade, de sustentabilidade e de assuntos correlatos ao transporte na Cidade do Rio de Janeiro, entretanto poucos foram os que avançaram em direção à construção de referências para tal análise voltada para o transporte público e direcionada para o turismo.

Ramos (2006), relata que análises relativas à mobilidade tradicional, trabalham predominantemente com a mobilidade regular e na maioria dos casos com os deslocamentos pendulares (casa – trabalho – casa / casa – educação – casa), já amplamente estudados e dotados de um extenso conhecimento empírico e teórico acumulado ao longo das últimas décadas. Entretanto, a mobilidade relacionada ao turismo e ao lazer tem sido negligenciada, resultando em um corpo bastante limitado de conhecimento.

O autor ressalta ainda que é mais fácil obter informações sobre as viagens mais frequentes e sistemáticas para um simples destino que explicar as viagens menos frequentes e para vários destinos, ou tendo como finalidade a própria viagem.

As informações obtidas através de viagens regulares não são simplesmente aplicadas a viagens de turismo e lazer, uma vez que existem grandes diferenças entre as duas. Cabe ressaltar que uma das principais características das viagens de turismo é justamente não ser regular, neste sentido, a lacuna de conhecimento existente dificulta a implantação de políticas de desenvolvimento e planejamento visando também a mobilidade turística, viagens não regulares e ocasionais.

Outro relevante fator na determinação da atratividade de um espaço como destino turístico é a diversidade de modos de transportes existentes no núcleo receptor. Oferecer um serviço de transporte público eficiente auxilia a tirar o máximo de benefícios do turismo, bem como espalha estes benefícios por toda região. (Albalade e Bel, 2010)

Sampaio (2006), considera o cidadão como cliente e observa a sociedade como um todo. Para a autora, os cidadãos realizam atividades que se definem atualmente pelos seus estilos de vida e salienta que elas são divididas em subsistência (trabalho, estudo), manutenção (consumo de bens e serviços destinados à satisfação de necessidades biológicas e psicológicas tanto individuais quanto da família) e lazer.

Para o exercício destas atividades Sampaio aponta que os cidadãos necessitam se deslocar logo o sistema de transporte público tem que ser eficiente e capaz de atender esta demanda por deslocamentos.

É importante salientar que o deslocamento é uma atividade meio, portanto sua demanda é derivada pela demanda das várias atividades. Mesmo as atividades humanas sendo heterogêneas, nas cidades brasileiras as alternativas de transporte público são em grande parte ofertadas de maneira homogênea. (Sampaio, 2006)

Cabe salientar ainda que o comportamento dos turistas não é homogêneo. Cabe também salientar que não existe um banco de dados na cidade do Rio de Janeiro no qual constem os hábitos de viagem, hábitos de consumo de bens e serviços e de atributos que influenciam na escolha modal e do local das visitas que os turistas exercem suas atividades.

É importante ressaltar que embora seja relevante conhecer tais hábitos para auxiliar no fomento ao turismo e na implementação de melhorias no sistema de transporte público vis a vis as necessidades dos turistas, não se pretende neste estudo desenvolver uma pesquisa que os identifique, uma vez que não faz parte do objetivo central desta monografia. Entretanto, nada impede que futuros estudos sejam desenvolvidos com vistas a identificar os hábitos de viagem e de consumo dos turistas.

De acordo com Khadaroo e Seetenah (2008), um desempenho melhor do transporte aumenta o conforto e a segurança dos turistas durante sua estadia no destino anfitrião. Entretanto, a escolha do local, bem como a quantidade de atrativos a ser visitada pode ser influenciada caso a capacidade de deslocamentos dentro da

cidade for de alguma forma comprometida. Ou seja, o turista pode visitar menos atrativos devido a oferta de transporte existente ou limitar sua escolha em função da oferta de transporte.

Assim como ocorre com os cidadãos em geral, os turistas também possuem padrões de viagens, comportamentos e hábitos diferentes, que precisam ser primeiramente identificados para posteriormente serem estudados de forma heterogênea.

Embora Sampaio (2006) tenha identificado que os cidadãos possuem diferentes hábitos de deslocamentos, que estes variam de acordo com seu estilo de vida e de suas atividades e por fim, a necessidade de trata-los de forma heterogênea, seu estudo não contempla os turistas. Cabe destacar que os turistas assim como os cidadãos residentes possuem necessidades a serem atendidas e, portanto necessitam se deslocar pela cidade. Neste caso, cabe ressaltar que as necessidades dos turistas são pontuais vis a vis seu reduzido período de permanência na cidade.

Portanto, para que seja possível atender as necessidades dos turistas é importante conhecer quais problemas dificultam sua mobilidade e descobrir em que o transporte público atende ou não suas perspectivas. Os deslocamentos gerados decorrentes das atividades turísticas, não serão realizados por meio de transporte público efetivamente, caso o turista encontre impedimentos que dificultem sua utilização.

Por esta razão, os planejadores devem responder a dois objetivos na sua concepção da oferta de transportes públicos, em resposta ao turismo. O primeiro é fornecer sistemas de transporte eficientes e confortáveis para atender a necessidades turísticas e para maximizar os benefícios derivados da sua estadia. O segundo é o de minimizar os eventuais pontos negativos recebidos pelos cidadãos locais em forma de congestionamento ou de veículos com suas capacidades esgotadas, especialmente em rotas turísticas. (Albalade e Bel, 2010)

Novaes (1986), entende que as atividades de subsistência utilizam deslocamentos pendulares e frequências pré-determinadas, podendo ainda em longo prazo, até mesmo nortear decisões, como a escolha do local de moradia pela localização do trabalho, e pelas alternativas existentes. Para atividades de manutenção ou de consumo, a necessidade de se realizar a viagem é pré-estabelecida, ficando a critério do indivíduo a frequência, o local e o modo adotado.

Já em atividades de lazer, os deslocamentos são mais flexíveis, ficando em aberto os locais de destino, a frequência, bem como o transporte a ser utilizado.

No entanto, embora as atividades possuam natureza heterogênea, percebe-se que o transporte ofertado é homogêneo. O mesmo serviço utilizado para viabilizar a realização de atividades de subsistência, lazer e consumo, e que muitas vezes não atende adequadamente a população em seus deslocamentos diários, permanece sendo utilizado em momentos de lazer, finais de semana e feriados, quando a população deveria ter ampla acessibilidade aos polos de lazer e entretenimento.

O mesmo acontece na atividade turística, que também é de natureza heterogênea. O turista para realizar seu deslocamento, utiliza a mesma infraestrutura homogênea de transportes ofertada aos cidadãos, quando é clara a necessidade de diferenciais nos modos de transporte, como informações em outros idiomas e mapas de localização por exemplo.

Para alcançar o objetivo de transformar o país em um grande destino turístico internacional, bem como fazer do Rio de Janeiro o principal portão de entrada de turistas no Brasil, é necessário que as cidades sejam planejadas de modo a oferecer acessibilidade condizente com a atividade que pretende exercer.

Portanto, é imprescindível conhecer o que o turista necessita na cidade do Rio de Janeiro, os problemas que dificultam seu deslocamento através do transporte público, bem como os pontos positivos deste serviço e o motivo da escolha modal.

Gonçalves (2008), ressalta a relação entre transporte e o turismo. Para a autora o turismo é uma relevante atividade do setor econômico, portanto, serviços oferecidos com qualidade aos turistas influenciam positivamente em sua percepção da cidade. Entre esses serviços, transporte e hotelaria configuram-se como principais, uma vez que em qualquer local do mundo o turista necessita se hospedar e se deslocar. Cabe ressaltar em alguns casos, a existência de lacunas entre o desejo dos turistas e a oferta de transportes.

Apresentar o referencial bibliográfico possibilitou constatar a lacuna existente referente ao tema proposto nesta monografia, ou seja, transporte turístico em áreas urbanas. O estado da arte apresentado relatou o pensamento de alguns autores sobre o tema transportes e sobre o tema turismo e contribuiu também para corroborar a relevância do tema proposto visando minimizar a lacuna de literatura que aprofunde o tema em foco.

Será apresentada no capítulo a seguir uma análise do turismo a nível Nacional e na Cidade do Rio de Janeiro, na qual poderá ser observada a importância desta atividade no âmbito municipal e nacional.

3. O TURISMO NO BRASIL

Nos últimos anos o turismo vem apresentando resultados positivos e a atividade turística se consolidando no País como um importante segmento de progresso socioeconômico. Os grandes eventos sediados no Brasil contribuíram para que o país consolidasse sua imagem no exterior. É importante destacar este avanço, pois a atividade turística possui grande potencial para geração de trabalho e renda.

De acordo com o Ministério do Turismo, o mercado formal de trabalho nas Atividades Características do Turismo – ACT, passou de 2,3 milhões de pessoas empregadas em 2008, para 3,5 milhões em 2013, representando considerável crescimento neste período. (Ministério do Turismo 2013)

As viagens domésticas no Brasil apresentaram relevante crescimento nos últimos anos. Os números demonstram uma expansão de 12,5% entre 2011 e 2013, quando se realizaram aproximadamente 156 milhões de viagens pelo País. Cabe ressaltar que as viagens domésticas são aquelas realizadas dentro do País, individualmente ou em grupo, realizando ao menos um pernoite no destino. Neste caso excluem-se as viagens rotineiras, ou seja, aquelas realizadas mais de dez vezes ao ano para um mesmo destino. (Ministério do Turismo 2010)

De acordo com o Ministério do Turismo 56% dos turistas se hospedaram em casa de parentes e amigos, enquanto 44% utilizaram os meios de hospedagens turísticos (hotéis, pousadas, etc.). Quanto aos meios de transporte utilizados, do total de viagens domésticas realizadas, 55% foram em veículos particulares, 15% em aviões e 30% em ônibus.

Cabe salientar a importância do setor aéreo nos deslocamentos internos, uma vez que em 2013, 60 milhões de pessoas desembarcaram nos aeroportos provenientes de vôos nacionais. No ano anterior, cerca de 54 milhões de pessoas desembarcaram nos aeroportos brasileiros, de acordo com a Infraero.

Também é importante destacar a relevância dos transportes rodoviários coletivos regulares no deslocamento do fluxo de turistas domésticos. Segundo a Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT, o transporte rodoviário de passageiros no Brasil é responsável por uma movimentação superior a 140 milhões de usuários/ano, sendo o principal modo de transporte na movimentação coletiva de passageiros em viagens interestaduais.

Em relação ao transporte turístico, o setor opera atualmente com uma demanda que corresponde a 22% da demanda registrada em 1985, de acordo com estudo realizado pela Câmara Brasileira de Turismo da Confederação Nacional de Comércio. Tais dados ressaltam a atenção especial que este segmento de transportes deve receber, pois representam uma alternativa relevante para as viagens domésticas, particularmente as de curta distância e as de baixo custo, que além de constituírem uma parcela significativa do consumo, apresentam também grande potencial de crescimento com a entrada de novos grupos de consumidores no turismo.

O aumento da frota de automóveis particulares de certa forma também contribui para o crescimento do turismo interno. De acordo com Anuário Estatístico da Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores – ANFAVEA, desde 2005 é crescente o quantitativo de veículos individuais licenciados no país, conforme se pode observar na tabela 3.1 apresentada a seguir. Cabe salientar que o recorrente aumento da frota de veículos individuais contribui também para os deslocamentos curtos e as viagens rotineiras.

Tabela 3.1 – Veículos Licenciados – Automóveis (em milhões)

Ano	Automóveis licenciados
2005	1.369.182
2006	1.556.220
2007	1.975.518
2008	2.193.277
2009	2.474.764
2010	2.644.706
2011	2.647.255
2012	2.851.540
2013	2.763.718

Fonte: Anuário da Indústria Automobilística Brasileira
edição 2013 - ANFAVEA

Outro relevante indicador relacionado ao fluxo turístico doméstico refere-se ao número de veículos alugados por turistas no País. De acordo com o Anuário da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis - ABLA (2013), entre 2002 e 2013 houve um crescimento superior a 100% no número de veículos alugados.

De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo de 2014 (ano base 2013), nos últimos anos o resultado da receita cambial turística aponta para o fortalecimento da atividade no mercado internacional. Por exemplo, em 2013 o Brasil registrou uma receita cambial turística de aproximadamente US\$ 6,71 bilhões. A tabela 3.2 apresentada a seguir mostra a evolução da receita cambial turística entre 2005 e 2013.

Tabela 3.2 – Receita cambial turística

Ano	Receita cambial turística
2005	3.861
2006	4.316
2007	4.953
2008	5.785
2009	5.305
2010	5.702
2011	6.555
2012	6.645
2013	6.711

Fonte: Anuário Estatístico de Turismo- 2014–(ano base 2013)

A chegada de turistas estrangeiros no País influencia diretamente na geração de divisas pelo turismo, assim como sua permanência e os gastos realizados. Nos últimos anos, houve um crescimento no número de chegadas destes turistas no Brasil conforme se pode observar na tabela 3.3 apresentada a seguir. Em 2013 aproximadamente 5,8 milhões de turistas estrangeiros desembarcaram no País, sendo 29,4% apenas de argentinos. Dentre os principais países emissores de turistas para o Brasil no ano de 2013, os cinco primeiros foram Argentina, Estados Unidos, Paraguai, Chile e Uruguai respectivamente.

Tabela 3.3 - Chegadas de turistas no Brasil segundo países emissores – 2011 a 2013

Principais países emissores	Chegadas de Turistas Estrangeiros								
	2011			2012			2013		
	Total	Participação %	Posição	Total	Participação %	Posição	Total	Participação %	Posição
Argentina	1.593.775	29,3	1º	1.671.604	29,4	1º	1.711.491	29,4	1º
EUA	594.947	10,9	2º	586.463	10,3	2º	592.827	10,2	2º
Paraguai	192.730	3,5	8º	246.401	4,3	6º	268.932	4,6	3º
Chile	217.200	4,0	6º	250.586	4,4	5º	268.203	4,6	4º
Uruguai	261.204	4,8	3º	253.864	4,5	4º	262.512	4,5	5º
Alemanha	241.739	4,4	4º	258.437	4,6	3º	236.505	4,1	6º
Itália	229.484	4,2	5º	230.114	4,1	7º	233.243	4,0	7º
França	207.890	3,8	7º	218.626	3,9	8º	224.078	3,9	8º
Espanha	190.392	3,5	9º	180.406	3,2	9º	169.751	2,9	9º
Inglaterra	149.564	2,8	11º	155.548	2,7	11º	169.732	2,9	10º
Portugal	183.728	3,4	10º	168.649	3,0	10º	168.250	2,9	11º
Colômbia	91.345	1,7	12º	100.324	1,8	13º	116.461	2,0	12º
Peru	86.795	1,6	13º	91.996	1,6	14º	98.602	1,7	13º
Bolívia	85.429	1,6	14º	112.639	2,0	12º	95.028	1,6	14º
Japão	63.247	1,2	19º	73.102	1,3	16º	87.225	1,5	15º
México	64.451	1,2	18º	61.658	1,1	20º	76.738	1,3	16º
Holanda	72.162	1,3	15º	73.133	1,3	15º	69.187	1,2	17º
Suíça	65.951	1,2	17º	69.571	1,2	17º	68.390	1,2	18º
Venezuela	57.261	1,1	20º	51.106	0,9	23º	68.309	1,2	19º
Canadá	70.358	1,3	16º	68.462	1,2	18º	67.610	1,2	20º
Outros países	713.702	13,1	-	754.154	13,3	-	760.268	13,1	-
Total	5.433.354	100	-	5.676.843	100	-	5.813.342	100	-

Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo

Do total de turistas estrangeiros que desembarcaram no Brasil em 2013, 69,9% chegaram por via aérea e 26,5% por via terrestre, conforme mostra a tabela 3.4 apresentada a seguir. Cabe ressaltar a representativa participação da via terrestre, pois indica que turistas de países próximos estão visitando o Brasil, neste caso, notadamente a Argentina, como indica a tabela anterior.

Tabela 3.4 - Chegadas de turistas ao Brasil, por vias de acesso– 2012 e 2013

Via de acesso	2012		2013	
	Turistas	Participação %	Turistas	Participação %
Aérea	3.986.629	70,2	4.066.216	69,9
Marítima	90.359	1,6	87.200	1,6
Terrestre	1.540.646	27,1	1.612.495	26,5
Fluvial	59.209	1,0	47.431	1,0
Total	5.676.843	100	5.813.342	100

Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo

3.1. O Turismo no Rio de Janeiro

Os dados apresentados nos capítulos anteriores mostram a importância do turismo e o potencial para que seja mais um grande elemento a induzir o desenvolvimento socioeconômico nacional análogo a outros países.

Neste item, serão apresentados alguns dados que ilustram os resultados relativos ao turismo na cidade do Rio de Janeiro.

O Anuário Estatístico do Turismo de 2014 indica que entre 2012 e 2013, o Rio de Janeiro foi a segunda cidade mais visitada do país, sendo superada apenas por São Paulo, como se pode ver na tabela 3.1.1 ilustrada abaixo.

Tabela 3.1.1 – Chegadas de turistas ao Brasil segundo Unidades da Federação (2012-2013)

Unidades da Federação	Chegadas de turistas	
	Total	
	2012	2013
Amazonas	34.720	32.993
Bahia	142.803	128.838
Ceará	91.648	84.119
Distrito Federal	68.540	74.287
Mato Grosso do Sul	43.891	41.523
Minas Gerais	54.480	46.639
Pará	16.877	13.269
Paraná	791.396	839.728
Pernambuco	70.259	75.174
Rio de Janeiro	1.164.187	1.207.800
Rio Grande do Norte	40.488	35.888
Rio Grande do Sul	810.670	782.887
Santa Catarina	195.708	175.023
São Paulo	2.110.427	2.219.513
Outras Unidades da Federação	40.749	55.661
Brasil	5.676.843	5.813.342

Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo

Embora o número de turistas que desembarcam no País ainda seja considerado muito aquém do pretendido, principalmente quando comparado a países como os Estados Unidos, no qual aproximadamente 67 milhões de turistas desembarcaram somente em 2012 (Departamento de Comércio dos EUA), há uma

forte tendência de crescimento do turismo no Brasil, tendo em vista os grandes eventos já realizados que contribuíram para o fortalecimento da imagem do país no Exterior, bem como das Olimpíadas de 2016 que atrairá ainda mais turistas, não apenas para o Rio de Janeiro, mas também para o País como um todo.

De acordo com os dados da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio de Janeiro – ABIH-RJ, a taxa média de ocupação dos hotéis da cidade foi de 77% em 2012 e tem se mantido acima dos 60% desde o ano 2000, com exceção de 2005 na qual a taxa média correspondia a 60%, conforme ilustra a tabela 3.1.2 apresentada a seguir. Cabe ressaltar que os valores mais representativos relativos à ocupação foram constatados na Área 3 (78%), que corresponde aos bairros de Copacabana e Leme. Em seguida vieram as unidades hoteleiras da Área 4 (77%, outros bairros), Área 2 (74%, Ipanema e Leblon) e Área 1 (73%, Barra da Tijuca e São Conrado).

Tabela 3.1.2 – Taxa média de ocupação

Ano	Taxa (%)
2000	70,0
2001	67,0
2002	62,0
2003	61,0
2004	62,0
2005	60,0
2006	63,0
2007	63,0
2008	66,0
2009	69,0
2010	74,0
2011	79,0
2012	77,0

Fonte: Anuário Estatístico ABIH 2012

Em geral, o turismo de negócios foi o principal motivo de estada na cidade ao longo de todo o ano de 2012. Em média, 36,17% dos pernoites foram vendidos por motivo de trabalho ou negócios, que somados a 12,18% de hóspedes que vieram para participar de convenções, congressos ou feiras, totaliza 48,35% que visitaram o Brasil com objetivo de negócios em geral. A tabela 3.1.3 apresenta o percentual médio de pernoites segundo o motivo principal da viagem.

Na comparação com 2011, este resultado revelou redução de 3 pontos percentuais nesta forma de turismo. Cabe destacar, que em meses de alta temporada, como dezembro, janeiro e fevereiro, o principal motivo da visita de turistas à cidade do Rio de Janeiro fica por conta do lazer. Nos demais meses, turismo de negócios se destaca. (Anuário Estatístico ABIH, 2012).

Tabela 3.1.3 – Percentual médio de pernoites segundo o motivo principal da viagem

Motivo de viagem	Percentual médio de pernoites segundo o motivo principal da viagem										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Negócios em geral	64,35	60,21	55,27	54,86	52,76	54,31	55,53	48,54	51,22	51,35	48,35
Negócios / trabalho	50,57	48,35	43,44	40,84	39,15	38,34	42,06	36,48	39,36	39,67	36,17
Convenções / congressos / feiras	13,78	11,86	11,83	14,02	13,61	15,97	13,47	12,06	11,86	11,68	12,18
Lazer	25,46	29,57	34,17	34,99	36,68	31,30	31,43	33,35	32,08	30,87	32,83
Integrante de tripulação aérea	5,25	4,23	5,22	4,63	5,71	7,65	7,09	10,54	9,55	10,14	7,03
Outros / Não especificados	4,94	5,99	5,34	5,52	4,85	6,74	5,94	7,57	7,15	7,64	11,79

De acordo com a RioTur, o Corcovado e o Pão de Açúcar são considerados os principais atrativos turísticos da cidade e são também os atrativos mais visitados do Rio de Janeiro. Entretanto, conforme já mencionado, o acesso a estes atrativos por meios de transporte público é deficiente, tendo em vista a pouca oferta do serviço ao Pão de Açúcar, e a dificuldade em acessar de fato o Corcovado, devido à máfia de transporte irregular existente nas regiões que o cercam. A praia de Copacabana é atualmente o terceiro atrativo turístico mais visitado pelos turistas no Rio de Janeiro. Esse fato pode ser explicado, pelo alto índice de taxa de ocupação na rede hoteleira localizada na área 3, conforme divulgado pela ABIH. Desta forma, o turista hospedado em Copacabana, pode realizar seus deslocamentos para praia facilmente, a pé ou de bicicleta.

A tabela 3.1.4 ilustrada a seguir apresenta o quantitativo de visitantes dos principais atrativos turísticos da cidade do Rio de Janeiro, Pão de Açúcar e Corcovado respectivamente.

Tabela 3.1.4 – Visitantes do Pão de Açúcar e Corcovado

Ano	Pão de Açúcar	Corcovado (via Trenzinho)
2000	539.132	384.146
2001	645.017	384.929
2002	575.491	419.777
2003	669.487	475.127
2004	751.028	465.210
2005	789.980	463.521
2006	849.267	434.047
2007	857.109	478.777
2008	881.115	510.196
2009	1.029.960	548.547
2010	1.120.231	680.49
2011	1.331.487	828.608
Total	10.039.304	5.392.885

Fonte: Riotur

Foi mencionado anteriormente que são poucos e em muitos casos antigos, os estudos que abordam o tema transporte turístico em áreas urbanas. Por exemplo, em 2009 o Instituto de Pesquisas e Estudos de Turismo e Hotelaria – IPETUR, realizou uma pesquisa no Corcovado. Nesta ocasião foram entrevistados 250 turistas e foi constatado que 56% dos entrevistados eram brasileiros. Do total de pessoas entrevistadas, 69% estavam realizando a visita ao Corcovado pela primeira vez. A sinalização para chegar ao atrativo foi considerada boa para 58% dos entrevistados.

Para acessar o atrativo, apenas 15% dos entrevistados mencionaram o uso do transporte coletivo e 19% mencionaram ter utilizado o táxi. Foi observado que a grande maioria dos entrevistados, cerca de 42%, utilizaram o serviço de ônibus de turismo.

Uma pesquisa semelhante foi também realizada pela mesma instituição no Pão de Açúcar. Nesta pesquisa foram entrevistados 300 turistas, 58% eram brasileiros e 71% estavam realizando a visita ao atrativo turístico pela primeira vez. Cerca de 60% dos entrevistados consideraram boa a sinalização para chegar ao atrativo. Entretanto, somente 19% dos turistas utilizaram transporte coletivo para visitar o Pão de Açúcar, enquanto 21% utilizaram táxi, e 40% ônibus de turismo.

Cabe salientar que atualmente existem somente 3 linhas de ônibus urbano que realizam um trajeto com destino ao Pão de Açúcar. Uma linha tem origem no centro da capital, próxima as estações de trem e metrô da Central do Brasil. As

demais linhas circulam somente por alguns bairros da Zona Sul (Leblon, Ipanema e Copacabana), até chegar ao ponto final na Praia da Urca. De fato, a oferta reduzida de serviço de transporte público é mais um fator que influencia na escolha modal do turista que visita o Pão de Açúcar. Problema análogo ocorre também no Corcovado devido sua localização vis a vis a oferta de transporte público.

Os resultados das pesquisas realizadas pelo IPETUR apontaram uma reduzida participação do transporte coletivo nas visitas aos principais atrativos turísticos da cidade.

O Estádio Jornalista Mário Filho, conhecido mundialmente como Maracanã, é um dos atrativos que possuem maior oferta de serviço de transporte público no Rio de Janeiro, sendo também um dos mais procurados da Cidade, principalmente após a reforma e a realização da Copa do Mundo de 2014.

Tabela 3.1.5 – Número de visitantes ao Estádio do Maracanã

Mês	2007	2008	2009	2010
Janeiro	18.704	19.715	26.939	34.690
Fevereiro	11.890	13.111	13.896	18.479
Março	10.283	11.668	11.925	16.441
Abril	8.926	8.050	9.254	15.884
Maio	8.794	9.304	9.250	13.554
Junho	1.732	6.388	10.980	15.422
Julho	-	10.079	15.013	-
Agosto	5.878	8.884	9.555	-
Setembro	7.054	7.245	10.301	-
Outubro	7.770	10.194	13.580	-
Novembro	12.862	10.950	12.458	-
Dezembro	12.233	13.391	14.523	-
Total	106.126	128.979	157.674	114.470

Fonte: Secretaria de Turismo Esporte e Lazer

* Dados atualizados após as obras não foram oficialmente divulgados

Cabe salientar que o Maracanã está localizado na Zona Norte da cidade e possui oferta multimodal de transportes, sendo atendido diretamente por ônibus, van, trem e metrô, e indiretamente pelas barcas, através das integrações possibilitadas pelo Bilhete Único - BU.

Portanto, o Maracanã é facilmente acessado por pessoas de bairros distintos da cidade através de variados modos de transporte, diferente do que ocorre nos principais atrativos turísticos do Rio de Janeiro.

Sendo assim, é possível supor que ao optar por Pão de Açúcar ou Corcovado, a respostamais mencionada para justificar o baixo índice de utilização da modalidade seria justamente a falta de oferta para estes atrativos turísticos.

De fato, o Maracanã possui todos os requisitos necessários para realização da pesquisa de campo, pois possibilita uma série de análises como identificar os problemas observados no transporte público, a razão porque o transporte público não foi utilizado, se sabia da possibilidade da visita através deste serviço, entre outras análises. Entretanto, como objetivo central deste estudo é identificar e apresentar os problemas vivenciados pelos turistas em sua visita ao estádio, não serão entrevistados os visitantes que não utilizaram o transporte público.

Cabe recomendar o desenvolvimento de outros estudos com vistas a melhor compreender a razão porque os visitantes do Maracanã não optaram pelo serviço público de transporte, bem como conhecer o perfil deste turista, sua opinião sobre o transporte público e se sabia que era possível efetuar este deslocamento usando este serviço.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

Neste capítulo será apresentada a metodologia que foi aplicada na realização da pesquisa de campo. Será também apresentada a tipologia definida, a população a ser entrevistada, assim como o cálculo da amostra. Será também apresentado o instrumento de coleta de dados e a escolha do local onde a pesquisa foi efetuada.

4.1. Formulação da Pesquisa

Para realização desta monografia, optou-se por aplicar uma pesquisa sob o método quantitativo simples e utilizar a tipologia de estudo de caso.

É importante salientar que o estudo de caso possibilita o aprofundamento do tema, uma vez que os meios utilizados concentram-se apenas no caso visado, desta forma o estudo não se submete às restrições ligadas à comparação do caso com outros casos.

4.2. Definição da População

Para elaboração desta monografia, optou-se por aplicar o questionário somente aos turistas (sujeitos-tipo) que estivessem visitando o Estádio do Maracanã e que tivessem utilizado o Transporte Público Coletivo (Ônibus e Metrô) da Cidade do Rio de Janeiro para se deslocar até o atrativo turístico.

Richardson (1999), considera que sujeitos-tipo são “aqueles que representam as características típicas de todos os integrantes que pertencem a cada uma das partes da população”.

Portanto, optou-se por aplicar um quantitativo igual de questionários por modalidade (100 para cada), para ter a possibilidade de melhor conhecer a opinião dos usuários dos modos de transporte. Cabe frisar que para uma visão de conjunto, deverá naturalmente, ser preservada a participação percentual de cada modo.

Cabe também salientar que foi realizada uma visita prévia ao Maracanã, local da pesquisa. Embora não seja objeto desta monografia, nesta ocasião, foi verificado que grande parte dos visitantes chegava de ônibus de turismo, seguidamente de táxi, metrô e ônibus. Portanto, cabe recomendar como estudo futuro, a realização de uma pesquisa com visitantes que utilizem estas modalidades para visitar o Maracanã. Esta pesquisa possibilitará novas análises, como por exemplo, conhecer o motivo pelo qual tais usuários não utilizaram o transporte público (ônibus, metrô ou trem) para visitar o estádio ou se sabiam que era possível.

Os dados referentes a quantidade de turistas na cidade do Rio de Janeiro, disponibilizados tanto pela ABIH, quanto pelo Anuário Estatístico do Turismo, apresentam considerável discrepância nos resultados. Segundo a Riotur, mesmo partindo de órgãos públicos ou privados do setor turístico, as estimativas existentes sobre o quantitativo de turistas na capital não representam a realidade.

De acordo com a Riotur, muitas pessoas que visitam a cidade se hospedam em casa de parentes e amigos, portanto não são contabilizadas em nenhuma estatística oficial de turismo. Cabe ressaltar que a Riotur utiliza somente as estatísticas em hotéis, pousadas e albergues para contabilizar o número de turistas que visitam a cidade do Rio de Janeiro.

De fato não é possível precisar efetivamente o quantitativo de turistas que a Cidade do Rio de Janeiro recebe anualmente. Sendo assim e também por trata-se

de uma pesquisa quantitativa simples, não será necessário o cálculo da amostra para este estudo.

Os questionários foram aplicados diretamente no atrativo turístico, com data e horário previamente agendados. Foram realizadas 200 entrevistas e os questionários foram divididos e aplicados igualmente a visitantes que utilizaram ônibus e metrô.

4.3. Instrumento de Coleta de Dados

Para efetuar a pesquisa foi utilizado um questionário estruturado, utilizando-se o método direto de entrevistas pessoais, através de perguntas fechadas e abertas.

4.4. Coleta de dados

- Pesquisadores: A coleta de dados foi realizada por dois entrevistadores na primeira semana de agosto de 2014.
- Foi realizada uma visita inicial ao Estádio do Maracanã para realização da contagem do quantitativo de turistas por modo de transporte em um dia típico. Dos 642 visitantes verificou-se que a maioria, ou seja, 70% do total utilizaram ônibus de turismo. Em seguida, foi observado que 18% utilizaram táxi enquanto 8% utilizaram metrô. Somente 4% utilizaram ônibus urbano.

Neste caso foi possível observar a pouca participação dos serviços de transporte público coletivo (ônibus e metrô) para essas viagens, cerca de 12%. Dois motivos tornam este fato mais evidente, o fato do Maracanã está localizado em uma região com farta oferta de serviço de transporte público e também pelo fato de que tais serviços atendem a mais de 60% das viagens motorizadas na cidade do Rio de Janeiro (PDTU, 2005).

4.5. Escolha do Local de Pesquisa

Foi considerado como ponto ideal para aplicação da pesquisa um local na cidade onde a oferta de transporte público é ampla e variada. Conforme já mencionado, o Corcovado e o Pão de Açúcar não foram utilizados em virtude de sua localização e da oferta reduzida de transporte público. No caso do Corcovado, o serviço de ônibus não alcança de fato o atrativo, havendo ainda a necessidade de transbordo e do uso de um pequeno trem turístico – o Trem do Corcovado – ou serviços de vans ou taxis. O Estádio do Maracanã, ao contrário dos outros dois atrativos, é diretamente acessível por diversos modos de transporte público, o que possibilita análises mais variadas.

4.6. Estratégia Analítica Aplicada

4.6.1. Codificação

Foi realizada uma codificação dos dados obtidos pelo registro das perguntas apresentadas no questionário, com o objetivo de organizar melhor os resultados da pesquisa.

4.6.2. Tabulação

Para análise dos dados da pesquisa foram realizados dois tipos de tabulação, de questões fechadas e abertas.

- Tabulação das questões fechadas: Foram tabuladas conforme disposição do questionário e da categorização realizada anteriormente.
- Tabulação das questões abertas: Primeiramente foram tabuladas de maneira igual, conforme as respostas obtidas no questionário e separadas de forma a verificar as similaridades e diferenças entre as opções já existentes apresentadas nos questionários para maior riqueza da análise. Após a análise, foram definidas categorias de

respostas para que estes dados fossem computados mediante sua frequência.

4.6.3. Correlação entre dados

Para melhor compreensão dos resultados da pesquisa, optou-se por apresentar os resultados divididos em dois níveis: dados gerais da pesquisa e análises por modo utilizado.

4.7. Dados Gerais da Pesquisa:

Serão apresentados alguns dados sobre o perfil dos entrevistados e a correlação entre tais dados com o modo de transporte utilizado pelos visitantes.

4.8. Análises por Modo Utilizado:

Será apresentado inicialmente o perfil dos usuários de cada modo (ônibus e metrô) e em seguida suas opiniões também por modo. Primeiramente os dados relativos à preferência de uso do modo, ou seja, os pontos positivos que o usuário enxerga na modalidade. Em seguida, os negativos e as razões porque não foi utilizado outro modo de transporte público.

Por fim, serão apresentados os demais atrativos turísticos visitados, quais os modos de transporte utilizados nestas visitas e se houve alguma dificuldade para alcançar de fato o destino.

5. ANÁLISE DA PESQUISA COM BASE NA APLICAÇÃO DE QUESTIONARIOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados das análises dos dados coletados através da aplicação dos questionários. Primeiramente serão apresentados os dados gerais da pesquisa, ou seja, o perfil do usuário e sua correlação com os modos de transporte usados na visita ao Maracanã.

Em seguida, as análises serão apresentadas por modo de transporte, ou seja, ônibus e metrô. Será demonstrado o perfil do usuário, a opinião sobre o modo de transporte utilizado e por fim a razão porque outra modalidade não foi escolhida.

Cabe salientar que as modalidades estudadas referem-se ao ônibus urbano e o metrô. Desta forma, visa-se aprofundar a investigação e identificar os problemas que o visitante observa em cada uma das modalidades citadas.

5.1. Dados Gerais da Pesquisa

Este item refere-se ao universo e a amostra selecionada, apresentando sua representatividade para os estudos em termos de gênero e modo utilizado na visita ao Maracanã. Para tal, foi realizada uma contagem dos turistas classificando-os por gênero e modo. Em seguida foi definida a quantidade de questionários que deveriam ser aplicados por modalidade (estratos), garantindo a representatividade de gênero em cada um dos estratos.

5.1.1. Contagem realizada por modo

Foi realizada uma contagem in loco para definir o número de questionários a ser aplicado por modo de transporte. Com esta contagem foi possível conhecer o quantitativo de pessoas que visitam o Maracanã em um dia típico e classificá-los por gênero e modo, conforme ilustra a tabela 5.1.1.1.

Tabela 5.1.1.1– Contagem realizada no Maracanã por modo

Modo	Homens	Mulheres	Total	%
Ônibus de turismo	325	124	449	70
Táxi	60	56	116	18
Metrô	34	17	51	8
Ônibus	18	8	26	4
Total	437	205	642	100

A tabela 5.1.1.1 mostra que a maioria dos visitantes do Maracanã utilizou ônibus de turismo para visitar o estádio. Também é possível observar nesta tabela a pouca participação do serviço de transporte público para este tipo de visitante.

5.1.2. Dados gerais da Amostra

Como se pôde observar na tabela 5.1.1.1, a proporção de usuários de ônibus e metrô é diminuta no conjunto de visitantes, somente 12% do total. Como o objetivo central desta monografia é conhecer e apresentar os problemas relacionados ao uso dessas duas modalidades no turismo foi necessário o uso de estratificação do levantamento de dados, com vistas a obter o equilíbrio na quantidade de entrevistas a realizar com a representatividade da amostra.

De fato, caso o levantamento não fosse realizado por estratos de modalidade, ou seja, aplicar tantas entrevistas quantas necessárias para alcançar, por exemplo, 100 entrevistas em ônibus (algo como 10% de margem de erro), *ceteris paribus*, seria necessário realizar um total de 1.525 entrevistas considerando todos os modais, um número excessivo para os objetivos desta monografia.

Sendo assim, optou-se então por aplicar igual quantitativo de questionários (100 para cada) para as duas modalidades de transporte público (ônibus e metrô). Cabe salientar que o objetivo desta monografia é conhecer e apresentar os problemas relacionados ao uso dessas duas modalidades no turismo, portanto não serão aplicados questionários junto aos usuários dos demais modos de transporte. Entretanto, nada impede que novos estudos sejam elaborados com vistas a identificar a opinião destes indivíduos sobre o serviço público de transporte e a razão pela qual não optaram por ele. A tabela 5.1.2.1 ilustra a amostra estratificada por modo.

Tabela 5.1.2.1 – Amostra Estratificada ao Atrativo por Modo de Transporte

Modos	Entrevistados
Metrô	100
Ônibus	100
Total	200

No geral, em relação ao gênero dos visitantes do Maracanã, cerca de 59% são do sexo masculino. Cabe salientar que a proporção obtida na pesquisa entre indivíduos do sexo masculino e feminino está próxima da observada na globalidade. Neste caso, é importante também ressaltar que este fato pode estar associado por

se tratar de um estádio de futebol, uma vez que culturalmente este tipo de atrativo é mais visitado por homens do que por mulheres.

Tabela 5.1.2.2 – Amostra Estratificada ao Atrativo por Gênero e Modo de Transporte

Modos	Masculino	Feminino	Total
Metrô	52	48	100
Ônibus	66	34	100
Total	118	82	200

Quanto à faixa etária dos entrevistados, a pesquisa demonstrou certa predominância nos indivíduos com idade entre 18 e 25 anos como mostra a tabela 5.1.2.3.

Tabela 5.1.2.3 – Faixa Etária dos Entrevistados por Modo

Faixa etária por Modo de Transporte	Ônibus	Metrô	Total
18 a 25 anos	40	42	82
26 a 35 anos	29	35	64
36 a 45 anos	25	14	39
46 a 60 anos	6	9	15
Total	100	100	200

Cabe ressaltar a importância da tabela 5.1.2.3, uma vez que nela foi possível observar a participação de visitantes entrevistados por faixa etária, em cada modo. Outra relevante informação apresentada nesta tabela refere-se às pessoas com idade entre 46 e 60 anos, que pouco utilizaram o serviço.

Em relação à renda, foi possível observar que a grande maioria, ou seja, cerca de 64% dos entrevistados, possui renda entre R\$ 2.550 e R\$ 5.100. A tabela 5.1.2.4 ilustrada a seguir apresenta os resultados obtidos.

Tabela 5.1.2.4– Renda dos Entrevistados por Modo

Renda	Ônibus	Metrô	Total
Até R\$ 1.020	18	3	21
De R\$ 1.020 até R\$ 2.550	12	22	34
De R\$ 2.550 até R\$ 5.100	60	67	127
De R\$ 5.100 até R\$ 10.200	10	7	17
Superior a R\$ 10.200	0	1	1
Total	100	100	200

É possível destacar da tabela 5.1.2.4, ao menos três importantes informações relativas à renda dos entrevistados:

- Pessoas com renda entre R\$ 2.550 e R\$ 5.100 foram as que mais visitaram o Maracanã;
- Há uma tendência das pessoas com menor renda utilizar o ônibus;
- Quanto maior a renda do visitante, menor é o uso do transporte público.

Cabe ressaltar que a informação sobre renda informada pelo entrevistado nem sempre representa a realidade, uma vez que por questões de segurança há a tendência de se omitir a renda real.

Com vistas a aprofundar ainda mais os resultados da pesquisa e para melhor compreendê-los, as análises seguintes são realizadas por modo. Desta forma será possível conhecer os problemas encontrados em cada modalidade utilizada pelos entrevistados. Portanto, serão apresentados primeiramente os resultados referentes aos turistas que utilizaram ônibus, em seguida os resultados dos usuários do metrô.

5.2. Análise por Modalidade

Este item trata os dados coletados na pesquisa, apresentando os resultados por modo de transporte. Nestes resultados constam dados referentes aos usuários de ônibus e metrô.

Inicialmente serão apresentados os resultados referentes ao perfil do usuário, ou seja, dados sobre gênero, faixa etária, grau de instrução, renda, região de origem, número de acompanhantes, meio de hospedagem e bairro de hospedagem.

Em seguida serão apresentadas as opiniões dos entrevistados, em que se incluem os pontos positivos e negativos assinalados, razões por não ter utilizado o ônibus ou o metrô, e nota atribuída aos modos de transportes conhecidos.

Este conjunto de informações possibilitará não somente conhecer os problemas que os visitantes vivenciaram no transporte público em sua visita ao Maracanã, mas também contribuirá para recomendar uma série de melhorias com vistas ao aperfeiçoamento do serviço.

5.3. Usuários de Ônibus

Este item apresenta os dados referentes aos usuários de ônibus. Inicialmente será apresentado o perfil do usuário e este conjunto de respostas contém o gênero, a faixa etária, o grau de instrução, a renda, a região de origem, o meio de hospedagem e o bairro em que se hospedaram na cidade. Posteriormente serão apresentadas as opiniões dos entrevistados, pontos positivos e negativos da modalidade, e o motivo porque não se usou o metrô para visitar o estádio.

5.3.1. Perfil do usuário

O gráfico 5.3.1.1 ilustrado abaixo apresenta o gênero dos usuários de ônibus. Como se pode observar, a maioria dos usuários de ônibus é do sexo masculino.

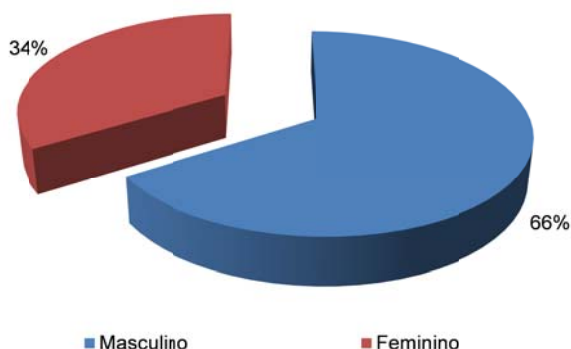


Gráfico 5.3.1.1 – Gênero dos usuários de ônibus

A tabela 5.3.1.1 apresentada a seguir mostra que 40% dos usuários de ônibus possuem idade entre 18 e 25 anos.

Tabela 5.3.1.1 – Faixa etária dos usuários de ônibus

Faixa Etária	Entrevistados	%
18 a 25 anos	40	40%
26 a 35 anos	29	29%
36 a 45 anos	25	25%
46 a 60 anos	6	6%
Total	100	100%

Através do gráfico 5.3.1.2 é possível conhecer o grau de instrução dos usuários da modalidade em foco, no qual mais de 50% dos entrevistados já concluíram o Nível Superior.

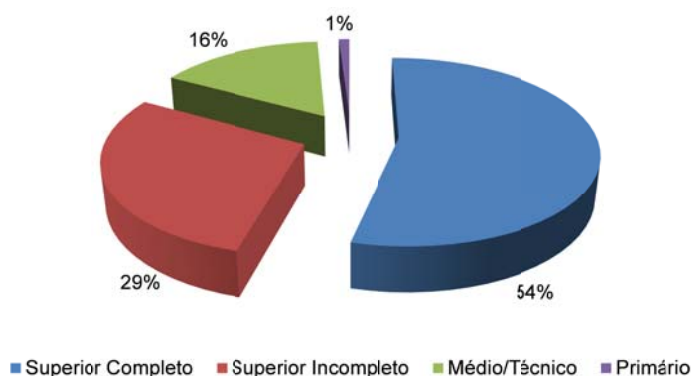


Gráfico 5.3.1.2 – Grau de Instrução dos usuários de ônibus

Para conhecer a renda dos entrevistados, foram criadas faixas salariais que variam entre R\$ 1.020 e R\$ 10.200. O gráfico 5.3.1.3 apresenta a faixa salarial dos usuários de ônibus.

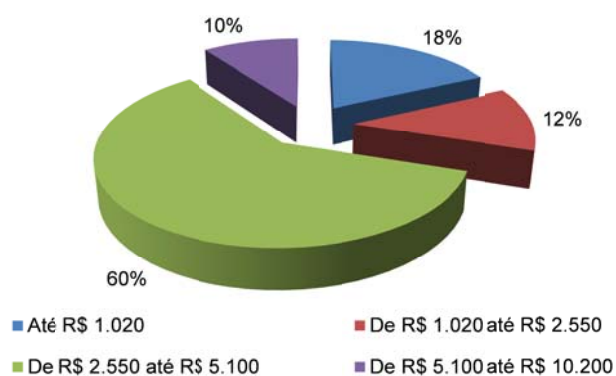


Gráfico 5.3.1.3 – Renda dos usuários de ônibus

Conforme mostra o gráfico 5.3.1.3 ilustrado acima, 60% dos usuários de ônibus possuem renda entre R\$ 2.550 e R\$ 5.100.

A tabela 5.3.1.2 apresentada abaixo mostra a região de origem dos entrevistados que utilizaram ônibus e conforme se pode observar 62% são procedentes da Região Sudeste.

Tabela 5.3.1.2 – Entrevistados por Região

Região	Entrevistados	%
Sudeste	62	62
Nordeste	21	21
Sul	9	9
Norte	3	3
Centro-Oeste	5	5
Total	100	100

O gráfico 5.3.1.4, mostra o número de pessoas que acompanharam o usuário de ônibus na viagem à Cidade do Rio de Janeiro. Percebe-se que em 48% dos casos, o entrevistado optou por viajar acompanhado de no mínimo uma pessoa.

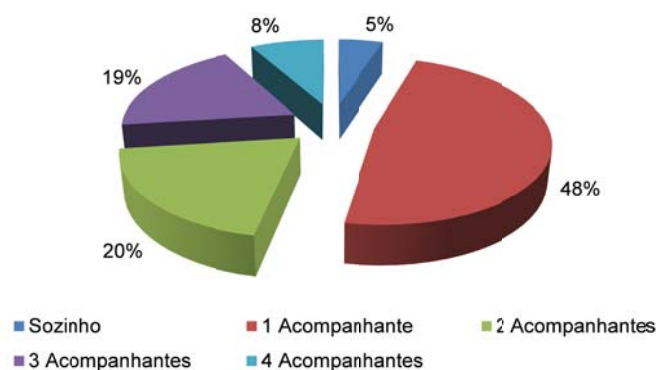


Gráfico 5.3.1.4 – Número de acompanhantes dos usuários de ônibus

Quanto ao local de hospedagem, a pesquisa mostrou que 70% dos usuários de ônibus se hospedaram em casa de parentes e amigos, enquanto somente 24% optaram pelos hotéis.

Tabela 5.3.1.3 – Entrevistados por Meio de Hospedagem

Meio de Hospedagem	Entrevistados	%
Parentes/Amigos	70	70
Hotel	24	24
Albergue	5	5
Outro	1	1
Total	100	100

A informação contida nesta tabela é relevante uma vez que mostra o elevado número de turistas hospedados em casa de parentes e amigos. O expressivo resultado referente ao tipo de hospedagem reforça a necessidade de melhor conhecer o segmento de turistas que não optam por hotéis, pois conforme já mencionado, a Riotur não contabiliza estas pessoas nas estatísticas oficiais de turismo. Certamente deveriam ser incluídas e consideradas em tais estatísticas vide os dados da tabela 5.3.1.3.

A tabela 5.3.1.4 mostra que 45% dos usuários de ônibus se hospedaram em Copacabana durante sua permanência na Cidade. Ipanema e Flamengo receberam cada um 20% dos entrevistados nesta modalidade.

Tabela 5.3.1.4 – Bairro dos Entrevistados

Bairro	Entrevistados	%
Copacabana	45	45
Ipanema	20	20
Flamengo	20	20
Tijuca	10	10
Laranjeiras	5	6
Total	100	100

O bairro de Copacabana é conhecido mundialmente e é um dos cartões postais da cidade. Nele há uma considerável oferta de hospedagem além de variados tipos de serviço.

Em Copacabana há uma excelente oferta de serviço público de transporte. O bairro é atendido pelo metrô com 3 estações ao longo de sua extensão, além de inúmeras linhas de ônibus que circulam nos principais pontos turísticos da cidade ou próximo a eles como o Corcovado, Pão de Açúcar Maracanã. Cabe salientar que de Copacabana é possível acessar diretamente as zonas Sul, Norte Oeste da Cidade.

Análogo a Copacabana, Ipanema e Flamengo são bairros cuja oferta de transporte público também é muito boa. Os bairros contam com o serviço metroviário, além de diversas linhas de ônibus que circulam nos principais pontos turísticos da cidade ou próximos a eles.

As diversas linhas de ônibus que trafegam nestes bairros e que acessam diretamente o Maracanã favorecem a escolha dos turistas por este modo de transporte. Sendo assim, as razões acima mencionadas contribuem para compreender o motivo porque os turistas hospedados em Copacabana, Ipanema e Flamengo optaram pelo ônibus urbanos para visitar o Maracanã.

Após a apresentação do perfil dos usuários de ônibus, pode-se concluir que tais visitantes são na maioria homens, com idade entre 18 e 25 anos e possuem renda entre R\$ 2.550 e R\$ 5.100. Quanto à escolaridade, predomina o nível superior completo. Por fim, constatou-se ainda que a maioria dos entrevistados viajou acompanhado de ao menos uma pessoa.

A seguir, serão apresentadas as opiniões dos usuários sobre o modo utilizado e a nota atribuída a todas as modalidades usadas durante sua permanência na cidade. Posteriormente serão apresentados os pontos positivos e negativos observados no ônibus, e por fim as razões porque o metrô não foi utilizado para visitar o Maracanã.

5.3.2. Opiniões dos entrevistados

Foram realizadas quatro perguntas para os usuários de ônibus visando conhecer suas opiniões sobre o modo utilizado, os pontos considerados positivos e negativos bem como também a razão de não haver escolhido o outro modo de transporte público em realce, no caso o metrô.

Primeiramente, foi perguntada a opinião dos usuários de ônibus quanto o modo utilizado. Para estas perguntas, a resposta deveria ser somente sim ou não. Ressalta-se que a tabela 5.3.2.1 apresenta os itens na ordem em que foram perguntados aos turistas no momento da entrevista, ou seja, conforme está disposto no questionário.

Tabela 5.3.2.1 – Opinião dos usuários de ônibus sobre o ônibus

Variáveis	Sim	Não
Confortável	65	35
Rápido	50	50
Limpo	40	60
Seguro	45	55
Barato	65	35
Informação no veículo	25	75
Esperou muito no ponto	48	52
Educação dos funcionários	64	36
Não necessitou de informações de terceiros (*)	39	61
Fácil de pegar	80	20

(*) No questionário a pergunta foi feita de forma inversa, (Necessitou de informações de terceiros?) optou-se por inverter na tabulação de modo que o conceito positivo tivesse sempre resposta sim.

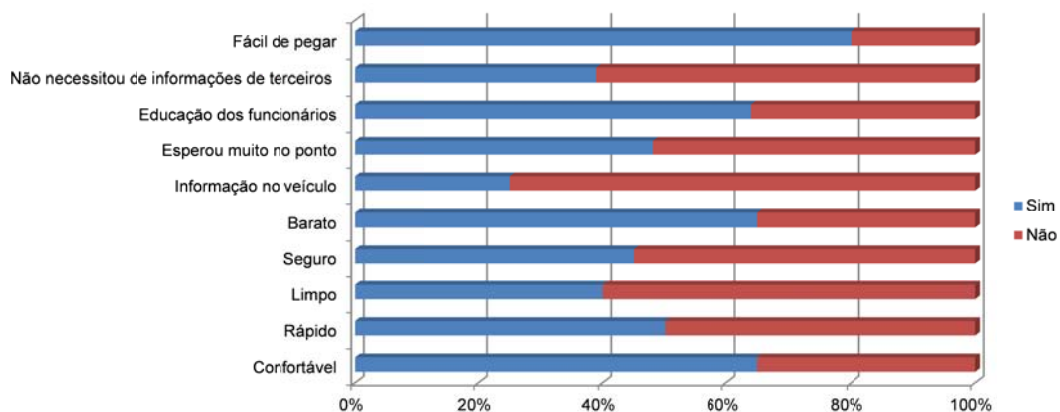


Gráfico 5.3.2.1 – Opinião dos usuários de ônibus sobre o ônibus

É possível extrair da tabela e do gráfico anterior, alguns resultados relevantes para a sequência do estudo.

Respostas Afirmativas

- A grande maioria dos usuários considerou como fácil pegar a modalidade;
- A tarifa foi algo apontado como um fator positivo deste modal;
- O nível de conforto foi bem avaliado entre os entrevistados.

Respostas Negativas

- Embora os usuários tenham considerado fácil pegar o ônibus, a falta de informação turística na modalidade foi algo visto como negativo;
- 60% dos usuários de ônibus precisaram de ajuda de terceiros para alcançar o destino;
- A sujeira foi apontada por 60% dos entrevistados com um aspecto negativo.

Embora grande parte dos entrevistados tenha opinado positivamente sobre a modalidade, a necessidade de ajuda de terceiros para de fato alcançar o destino, bem como a falta de informação turística no interior do veículo, demonstram a necessidade de planejamento e criação de políticas públicas voltadas para área de informação turística em toda infraestrutura de transportes. De fato há uma forte tendência de crescimento do número de turistas na cidade vis a vis os últimos grandes eventos sediados, que contribuíram para o fortalecimento da imagem do País no exterior, assim como as Olimpíadas de 2016 que a cidade ainda sediará.

A tabela 5.3.2.2 apresentada a seguir mostra através de atribuição de notas, a percepção dos usuários de ônibus sobre as demais modalidades por eles utilizadas em outros deslocamentos na cidade. Cabe salientar que nem todos os usuários de ônibus utilizaram outras modalidades enquanto hospedados na cidade, portanto, o total de entrevistados por modo não é igual a cem nas demais modalidades.

Tabela 5.3.2.2 – Quantitativo de usuários de ônibus por modo e nota atribuída

Nota Atribuída	Entrevistados por Modo		
	Ônibus	Metrô	Táxi
10	1	-	6
9	2	4	4
8	8	23	14
7	29	16	5
6	47	23	9
5	13	10	-
4	-	-	-
3	-	-	-
2	-	-	-
1	-	-	-
0	-	-	-
Total	100	76	38
Média	6,42	6,84	7,82

É possível destacar da tabela acima alguns resultados relevantes referentes à nota atribuída aos modos de transporte da Cidade.

- A nota média atribuída ao metrô é superior a do ônibus;
- 3/4 dos usuários de ônibus também utilizaram o metrô durante a estadia na cidade;
- As notas atribuídas ao táxi foram todas acima da média.

Como terceiro elemento da análise, são apresentados os dados relativos à preferência de uso do modo. Primeiramente os pontos positivos que o usuário enxerga no ônibus, em seguida, os negativos, e por fim, a razão porque não utilizou o metrô para acessar o atrativo turístico.

Para melhor conhecer os pontos positivos e negativos da modalidade, foi permitido ao entrevistado optar por mais de uma resposta dentre as apresentadas no questionário, razão porque o total ultrapassa 100, efetivamente, alcança 264 respostas. Na tabela 5.3.2.3 os dados são apresentados em ordem decrescente de preferência.

Tabela 5.3.2.3 – Pontos Positivos do Ônibus

Pontos Positivos	Entrevistados
Tarifa	65
Conveniência	48
Integração	43
Tempo de Viagem	40
Tempo de Espera	20
Conforto	20
Bom Atendimento	18
Outros	10
Total	264

Percebe-se que os principais pontos positivos da modalidade foram o valor da tarifa (65), a conveniência (48) e a integração (43). Cabe ressaltar a importância do BU neste caso, pois sua implantação proporcionou ao usuário do transporte público uma nova dinâmica de deslocamentos no âmbito metropolitano.

A tabela abaixo mostra os pontos negativos observados pelos usuários do ônibus urbano.

Tabela 5.3.2.4 – Pontos Negativos do Ônibus

Pontos Negativos	Entrevistados
Falta de Informação	61
Segurança Civil	52
Veículo Lotado	46
Tempo de Espera	38
Tempo de Viagem	28
Conforto	25
Outros	10
Total	260

Nota-se que a falta de informação é claramente o principal ponto negativo da modalidade, seguido da falta de segurança civil e do veículo lotado. Neste caso, ressalta-se que a falta de informação mencionada na tabela acima se refere às linhas de ônibus, ou seja, não há informação (ou ela ineficiente) para o visitante sobre as linhas que realizam a viagem até o Maracanã e tão pouco no interior do veículo sobre os pontos turísticos da cidade.

Cabe ressaltar que atualmente no Rio de Janeiro há diversos canais eletrônicos de comunicação que disponibilizam informativos sobre como se deslocar na cidade. Também é importante destacar que a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro – PCRJ há algum tempo adotou a política de inserir nos abrigos e pontos de ônibus, informativos sobre as linhas de ônibus que por ali trafegam.

De fato, iniciativas como as mencionadas acima demonstram uma evolução na busca de melhorar a qualidade da informação fornecida ao turista, porém de acordo com os resultados observados na pesquisa, parece que tais iniciativas ainda não são suficientes para que o problema seja cessado. A falta de segurança civil e a lotação dos veículos são outros fatores apontados pelos usuários de ônibus como negativos.

Após apresentar os problemas que os turistas encontraram no ônibus, bem como os pontos positivos e negativos da modalidade, a tabela 5.3.2.5 ilustrada a seguir apresenta a razão porque o usuário de ônibus não optou pelo metrô para visitar o Maracanã.

Cabe ressaltar que o metrô dispõe de uma nova estação multimodal em frente ao estádio, que atende não apenas a população em deslocamentos pendulares, mas também os torcedores e expectadores em dias de jogos e eventos realizados no Maracanã.

Tabela 5.3.2.5 – Razão de não Utilizar o Metrô

Motivo	Entrevistados
Conveniência	70
Má Reputação	40
Conforto	38
Tarifa	35
Tempo de Espera	34
Falta de Segurança de chegar ao destino	10
Falta de Informação	8
Outros	4
Total	253

A tabela 5.3.2.5 apresentada anteriormente mostra que a conveniência foi a razão principal porque o metrô não foi utilizado, seguido da má reputação da modalidade e do conforto. Talvez, a distância a ser caminhada entre a Estação Maracanã e o Estádio, seja uma das razões porque a conveniência tenha sido indicada como principal motivo da escolha do modo. Outro fator que pode contribuir para entender tal escolha é porque a segurança pública no local historicamente nunca foi um privilégio.

Para melhor compreender porque a Conveniência é o motivo principal da escolha do ônibus em detrimento ao metrô, são necessárias novas pesquisas e estudos que aprofundem o caso. Não se pretende nesta monografia aprofundar em apenas um problema específico, pois o objetivo central do presente estudo é conhecer quais os problemas que o turista observa no transporte público em sua visita ao Maracanã.

Entretanto, nada impede e é recomendável que futuros estudos abordem os problemas identificados nesta monografia e aprofundem o caso, com vistas a melhorar o serviço oferecido aos usuários destas modalidades e contribuir para políticas de desenvolvimento no setor.

A pesquisa mostrou ainda que todos os usuários de ônibus visitaram outros atrativos turísticos na cidade. A tabela 5.3.2.6 mostra os atrativos visitados pelos usuários de ônibus, por modo de transporte utilizado. Cabe salientar que foi permitido ao entrevistado optar por mais de uma resposta, razão porque o total ultrapassa 100 e efetivamente alcança 359 respostas.

Tabela 5.3.2.6 – Atrativos por modo de transporte

Atrativos por Modode transporte	Ônibus	Metrô	Taxi	Total
Lapa/Centro	3	2	68	73
Pão de Açúcar	8	-	55	63
Praia de Copacabana	7	20	35	62
Corcovado	6	-	50	56
Barra Shopping	2	-	35	37
Praia de Ipanema/Leblon	15	8	1	24
Sambódromo	-	-	15	15
Praia da Urca	2	-	-	2
Praia Barra/São Conrado	-	-	2	2
Outros	1	1	8	25
Total	44	31	269	359

Portanto, foi possível constatar que a Lapa, o Pão de Açúcar, ea Praia de Copacabana foram os atrativos turísticos mais visitados pelos usuários de ônibus. Quanto ao Corcovado, cabe salientar que para acessá-lo efetivamente é necessário o complemento da viagem através do Bonde Turístico do Corcovado. Por fim, foi também perguntado aos usuários de ônibus se conseguiram chegar facilmente aos demais atrativos turísticos e 95% dos entrevistados responderam positivamente.

5.4. Usuários de Metrô

Este item apresenta os dados referentes aos usuários de metrô. Inicialmente será apresentado o perfil do usuário. Este conjunto de respostas contém o gênero, a faixa etária, o grau de instrução, a renda, a região de origem, o meio de hospedagem e o bairro em que ficaram hospedados na cidade.

Em seguida, serão apresentadas as opiniões dos entrevistados, pontos positivos e negativos observados no metrô, bem como o motivo porque estes usuários não utilizaram ônibus para visitar o Maracanã.

5.4.1. Perfil do usuário

O gráfico 5.4.1.1 ilustrado abaixo apresenta o gênero dos usuários de metrô. Nota-se a equidade na utilização deste modo de transporte entre homens e mulheres, diferente do ocorrido no ônibus urbano.

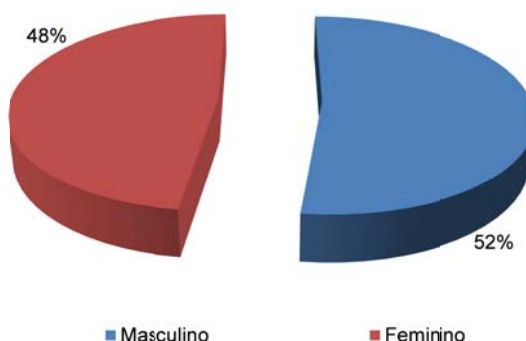


Gráfico 5.4.1.1 – Gênero dos usuários de metrô

A tabela 5.4.1.1 apresentada a seguir mostra que 42% dos usuários de metrô possuem idade entre 18 e 25 anos.

Tabela 5.4.1.1 – Faixa Etária dos usuários de metrô

Faixa Etária	Entrevistados	%
18 a 25 anos	42	42%
26 a 35 anos	35	35%
36 a 45 anos	14	14%
46 a 60 anos	9	9%
Total	100	100%

O gráfico 5.4.1.2 mostra o grau de instrução dos usuários de metrô. Como se pode observar 67% dos entrevistados já concluíram o nível superior.

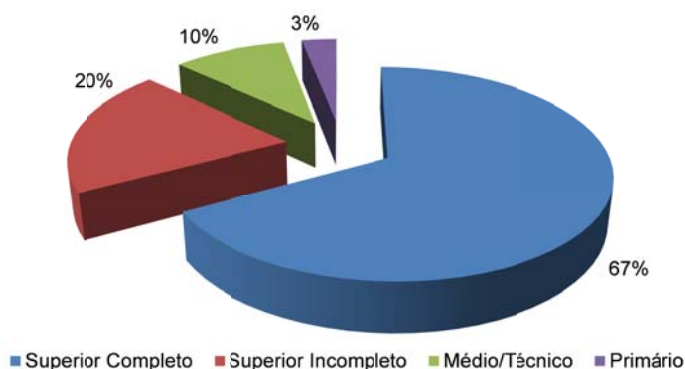


Gráfico 5.4.1.2 – Grau de Instrução dos usuários de metrô

O gráfico 5.4.1.3 mostra a renda dos usuários de metrô, no qual 67% dos entrevistados informaram que possuem renda entre R\$ 2.550 e R\$ 5.100.

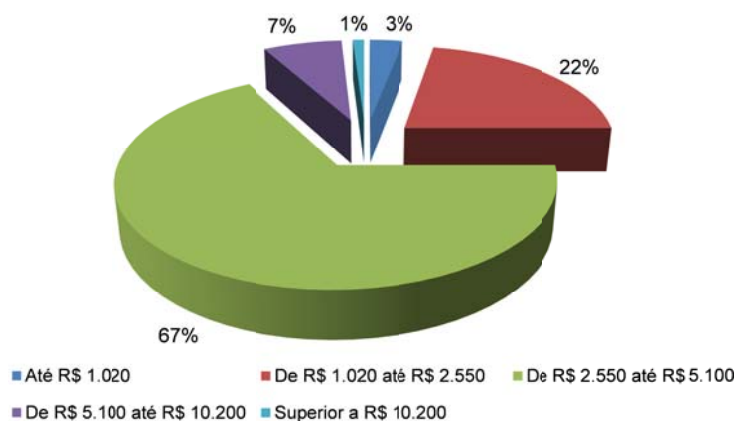


Gráfico 5.4.1.3 – Renda dos usuários de metrô

A tabela 5.4.1.2 apresentada seguir mostra a região de origem dos entrevistados que utilizaram metrô e conforme se pode observar 45% dos entrevistados são procedentes da Região Sudeste.

Tabela 5.4.1.2 – Entrevistados por Região

Região	Entrevistados	%
Sudeste	45	45
Nordeste	24	24
Sul	18	18
Centro-Oeste	8	8
Norte	5	5
Total	100	100

O gráfico 5.4.1.4 ilustrado abaixo mostra a quantidade de pessoas que acompanharam os usuários de metrô na viagem à Cidade do Rio de Janeiro. Conforme se pode observar, aproximadamente 50% dos entrevistados visitaram o Maracanã acompanhados de duas ou três pessoas.

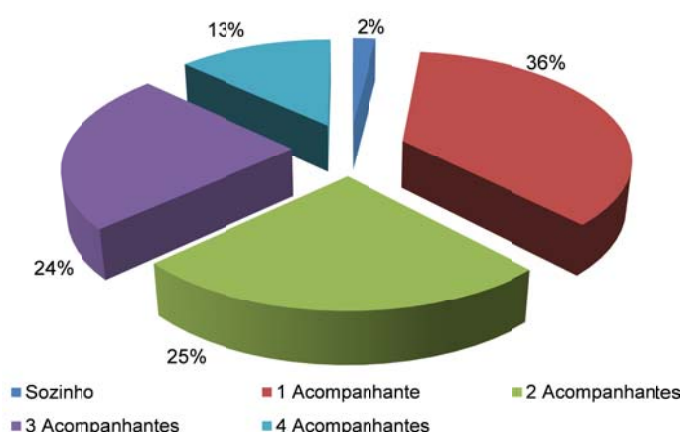


Gráfico 5.4.1.4 – Número de acompanhantes dos usuários de metrô

Quanto ao local de hospedagem, a pesquisa mostrou que 59% dos usuários de metrô ficaram hospedados em casa de parentes e amigos.

Tabela 5.4.1.3 – Entrevistados por Meio de Hospedagem

Meio de Hospedagem	Entrevistados	%
Parentes/Amigos	59	59%
Hotel	41	41%
Total	100	100%

Cabe salientar a relevância da informação contida na tabela 5.4.1.3 uma vez que grande parte dos usuários de metrô se hospedou em casa de parentes e amigos, análogos aos usuários de ônibus. De fato, é necessário rever os conceitos para que estes turistas sejam contabilizados e passem a fazer parte da estatística oficial de turismo da cidade.

A tabela 5.4.1.4 mostra que 37% dos usuários de metrô se hospedaram em Copacabana durante sua permanência na cidade. Ipanema e Flamengo receberam respectivamente 20% e 19% dos entrevistados nesta modalidade.

Tabela 5.4.1.4 – Bairro dos Entrevistados

Bairro	Entrevistados	%
Copacabana	37	37
Ipanema	20	20
Flamengo	19	19
Leblon	13	13
Tijuca	8	8
Laranjeiras	3	3
Total	100	100%

Cabe destacar a facilidade que o turista encontra para utilizar o metrô, uma vez que no bairro há 3 estações metroviárias, o que possibilita o embarque em diversos pontos do bairro.

Em síntese, após apresentar o perfil dos entrevistados pode-se concluir que há um equilíbrio em relação ao gênero do usuário no qual 52% são do sexo masculino. Foram entrevistadas pessoas com idade entre 18 e 60 anos, entretanto a maior participação foi observada na faixa entre 18 e 25 anos. Quanto à renda, a maioria dos usuários afirmou receber entre R\$ 2.550 e R\$ 5.100. 67% dos entrevistados possuem o nível superior completo.

O item a seguir trata da opinião do entrevistado sobre o modo de transporte utilizado. Além de sua opinião, será apresentada também a nota atribuída aos demais modos utilizados em outros deslocamentos durante a permanência na cidade. Por fim, serão também apresentados os pontos positivos e negativos observados no metro e a razão porque o ônibus não foi o modo escolhido para visitar o Maracanã.

5.4.2. Opiniões dos entrevistados

Foram realizadas quatro perguntas para os usuários de metrô visando conhecer suas opiniões sobre o modo utilizado, os pontos considerados positivos e negativos bem como ainda a razão de não haver escolhido o outro modo de transporte público em realce, no caso o ônibus.

Primeiramente, foi perguntada a opinião dos usuários de metrô quanto o modo utilizado. Para estas perguntas, a resposta deveria ser somente sim ou não. Ressalta-se que a tabela 5.4.2.1 apresenta os itens na ordem em que foram

perguntadas aos turistas no momento da entrevista, ou seja, conforme está disposto no questionário.

Tabela 5.4.2.1 – Opinião dos entrevistados usuários de metrô sobre o metrô

Variáveis	Sim	Não
Confortável	70	30
Rápido	57	43
Limpo	90	10
Seguro	99	1
Barato	25	75
Informação no veículo	97	3
Esperou muito no ponto	50	50
Educação dos funcionários	64	36
Não necessitou de informações de terceiros (*)	38	62
Fácil de pegar	60	40

(*) No questionário a pergunta foi feita de forma inversa, (Necessitou de informações de terceiros?) optou-se por inverter na tabulação de modo que o conceito positivo tivesse sempre resposta sim.

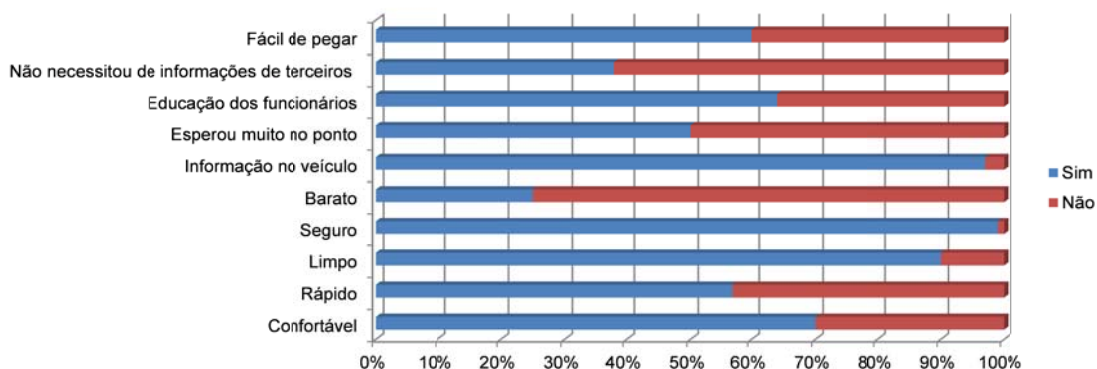


Gráfico 5.4.1.5 – Opinião dos usuários de metrô sobre o metrô

É possível extrair da tabela e do gráfico anterior, alguns relevantes resultados para a sequência do estudo.

Respostas Afirmativas

- A quase totalidade dos entrevistados (99%) considerou o metrô um modo de transporte seguro;
- O nível de informação disponibilizada pela concessionária foi bem avaliado entre os entrevistados;

- A limpeza foi também um fator bastante positivo apontado pelos entrevistados.

Respostas Negativas

- 3/4 dos entrevistados consideraram elevada a tarifa do metrô;
- A metade dos usuários afirmou ter aguardado bastante o veículo na plataforma de embarque.
- 62% dos entrevistados necessitaram de informações de terceiros para de fato alcançar o destino após desembarque.

Cabe destacar que os entrevistados consideraram o metrô um modo de transporte seguro, limpo, confortável e com bastante informação. Entretanto, mesmo com as virtudes mencionadas, ainda assim o valor tarifário praticado pela concessionária foi considerado elevado.

Ao comparar as tabelas 5.4.2.1 e 5.3.2.1, referente à opinião dos usuários de metrô e ônibus respectivamente, é possível observar que:

- Enquanto 55% dos usuários de ônibus acharam a tarifa da modalidade barata, para 75 % dos usuários de metrô, a tarifa praticada pelo sistema é cara;
- Enquanto 97% dos usuários de metrô encontraram bastante informação nos vagões, para 75% dos usuários de ônibus, a informação no veículo é insuficiente;
- Os entrevistados tiveram mais facilidade para embarcar no ônibus (80%) do que no metrô (60%);
- Em ambas as modalidades, mais de 60% dos usuários necessitaram de informações de terceiros para complementar sua viagem.

É importante ressaltar os esforços que tanto a Concessionária Metrô Rio quanto o Poder Concedente tem empenhado visando melhorar a eficiência do serviço metroviário. De fato a compra de novos trens, bem como a expansão

metroviária com a implantação da Linha 4 que ligará a Gávea a Barra da Tijuca e a futura implantação da Linha 3 em Niterói demonstram o interesse público e privado na ampliação do sistema.

A tabela a 5.4.2.2 mostra através de atribuição de notas, a percepção dos usuários de metrô sobre as demais modalidades por eles utilizadas em outros deslocamentos na cidade. Cabe salientar que nem todos os usuários de metrô utilizaram outras modalidades enquanto hospedados na cidade, portanto, o total de entrevistados por modo não é igual a 100 nas demais modalidades.

Tabela 5.4.2.2 – Quantitativo de usuários de metrô por modo e nota atribuída

Nota Atribuída	Entrevistados por Modo		
	Ônibus	Metrô	Táxi
10	-	18	-
9	-	8	25
8	10	27	8
7	40	20	4
6	30	15	10
5	5	12	-
4	2	-	-
3	-	-	-
2	-	-	-
1	-	-	-
0	-	-	-
Total	87	100	47
Média	6,59	7,58	8,02

É possível destacar da tabela 5.4.2.2 alguns resultados relevantes referentes à nota atribuída pelos usuários de metrô aos modos de transporte da cidade.

- A nota média atribuída ao metrô é superior a do ônibus;
- 87 usuários de metrô utilizaram também o ônibus em algum deslocamento;
- Para os usuários de metrô o serviço de táxi foi considerado bastante positivo.

Cabe ressaltar que de certa forma, a média obtida (7,58) através das notas atribuídas pelos usuários de metrô, converge com as opiniões manifestadas na pergunta anterior, na qual, do total de respostas 70% eram positivas. Cabe também

salientar que o serviço de táxi recebeu excelente notas embora usado por pouco menos da metade dos entrevistados.

Como terceiro elemento da análise, são apresentados os dados relativos à preferência de uso do modo. Primeiramente os pontos positivos que o usuário enxerga no metrô, em seguida, os negativos, e por fim, a razão porque não utilizou o ônibus para acessar o atrativo turístico.

Para melhor conhecer os pontos positivos e negativos da modalidade, foi permitido ao entrevistado optar por mais de uma resposta dentre as apresentadas no questionário, razão porque o total ultrapassa 100, efetivamente, alcança 266 respostas. Na tabela 5.4.2.3 os dados são apresentados em ordem decrescente de preferência.

Tabela 5.4.2.3 – Pontos Positivos do Metrô

Pontos Positivos	Entrevistados
Informação	70
Tempo de Viagem	60
Segurança Civil	59
Higiene	29
Conforto	22
Segurança de Chegar ao Destino	20
Conveniência	6
Total	266

Percebe-se que os principais pontos positivos do metrô foram a informação (70), o tempo de viagem (60) e segurança civil (59). De fato, a realização da Copa do Mundo de 2014 trouxe novos tipos de informação que permaneceram no sistema metroviário mesmo após seu término. Cabe também salientar que embora exista uma Estação Metroviária próxima ao estádio, a Conveniência, não foi vista positivamente pelos usuários de metrô, entretanto, este item foi o segundo ponto positivo mais assinalado pelos usuários de ônibus.

A tabela 5.4.2.4 ilustrada a seguir mostra os pontos negativos observados pelos usuários metrô.

Tabela 5.4.2.4 – Pontos Negativos do Metrô

Pontos Negativos	Entrevistados
Veículo Lotado	62
Fila para comprar bilhete	60
Tempo de Espera	58
Tarifa	58
Conveniência	24
Tempo de Viagem	12
Total	274

Nota-se que o veículo lotado (nível de serviço) é claramente o principal ponto negativo da modalidade, seguido da fila para comprar o bilhete, do tempo de espera e do valor da tarifa. Cabe salientar neste caso que os pontos negativos observados pelos usuários de metrô (turistas) são também algumas das principais queixas dos usuários cativos do sistema, fato observado através das pesquisas do Plano Diretor de 2005.

Ao comparar os pontos negativos de ônibus e metrô, constatou-se que:

- O veículo lotado (ou nível de serviço) é um problema em comum nos dois modos de transporte.
- O principal problema encontrado no ônibus, ou seja, a falta de informação não é um problema para os usuários do metrô;

Os resultados da tabela 5.4.2.5 mostram que, os constantes problemas na modalidade, vivenciados pelo carioca em seu dia a dia, são praticamente os mesmos vivenciados pelos visitantes do Maracanã que optaram pelo metrô. Cabe destacar a importância desta informação, uma vez que o deslocamento dos turistas não é pendular, mas espalhado ao longo do dia.

Após apresentar os problemas que os turistas encontraram no metrô, bem como os pontos positivos e negativos da modalidade, a tabela 5.4.2.5 ilustrada a seguir apresenta a razão porque o usuário de metrô não optou pelo ônibus para visitar o Maracanã.

Tabela 5.4.2.5 – Razão de não Utilizar o Ônibus

Motivo	Entrevistados
Segurança civil	90
Má Reputação	75
Falta de Segurança de chegar ao destino	60
Tempo de Viagem	50
Tempo de Espera	24
Falta de Informação	20
Conforto	18
Conveniência	13
Total	350

A tabela 5.4.2.5 mostra que as principais razões que influenciaram na escolha modal foram a segurança civil (90), a má reputação (75) e a falta de segurança de chegar ao destino (60). Cabe salientar que os três principais motivos da escolha modal estão associados à sensação de insegurança existente na cidade vivenciada tanto pelos habitantes quanto pelos turistas que visitaram o estádio.

De fato, o nível de segurança civil no metrô é mais elevado se comparado ao ônibus. O metrô conta com o serviço de segurança especializado, efetuado pelos guardas do próprio metrô, enquanto o ônibus depende do policiamento em vias públicas e em abordagens aos coletivos.

A pesquisa mostrou ainda que todos os usuários de metrô visitaram outros atrativos turísticos na cidade. A tabela 5.4.2.6 mostra os atrativos visitados pelos usuários de metrô, por modo de transporte utilizado. Cabe salientar que foi permitido ao entrevistado optar por mais de uma resposta, razão porque o total ultrapassa 100 e efetivamente alcança 340 respostas.

Tabela 5.4.2.6 – Atrativos por modo de transporte

Atrativos por modo de transporte	Ônibus	Metrô	Táxi	Total
Pão de açúcar	14	-	68	82
Corcovado	3	3	74	80
Lapa/centro	4	5	60	69
Sambódromo	5	-	27	32
Praia Ipanema/Leblon	10	13	3	26
Praia Copacabana	7	5	3	15
Praia barra/são Conrado	2	-	10	12
Rio Sul	4	-	-	4
Outros	7	2	11	20
Total	56	28	256	340

Portanto, foi possível constatar que o Pão de Açúcar, o Corcovado e a Lapa foram os atrativos turísticos mais visitados pelos usuários de metrô. Quanto ao Corcovado, cabe novamente salientar que para acessá-lo efetivamente é necessário o complemento da viagem através do Bonde Turístico do Corcovado. Por fim, foi perguntado aos usuários de metrô se conseguiram chegar facilmente aos demais atrativos turísticos e 97% dos entrevistados responderam positivamente.

Após apresentar a metodologia da pesquisa e a análise dos resultados obtidos a partir dos dados coletados em campo, serão apresentadas no capítulo seguinte as conclusões deste estudo e recomendações pertinentes.

6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta monografia foi elaborada inicialmente em razão da carência de referências bibliográficas sobre o tema transporte turístico em áreas urbanas. Seu objetivo principal foi conhecer através da pesquisa de campo os problemas observados pelos turistas no transporte público da cidade do Rio de Janeiro. Para tal, foi definido previamente um atrativo turístico (Maracanã) para a realização da pesquisa. Portanto, é importante salientar que tal estudo possui um caráter amplo, uma vez que se propõe a analisar a relação entre transporte público e turismo.

Para elaborar este estudo inicialmente foi realizado um levantamento da literatura existente. Em seguida, formulado um questionário com vistas a obter informações junto aos turistas que possibilitassem alcançar o objetivo proposto.

Realizar o levantamento bibliográfico corroborou a falta de estudos que abordem o tema proposto. Cabe salientar, entretanto a existência de alguns poucos que tratam de assuntos correlatos, mas que não aprofundam o tema central desta monografia.

Diversos fatores contribuem para o crescimento mundial do turismo. O constante avanço tecnológico, o crescimento da renda (principalmente em países desenvolvidos), a busca pela melhora na qualidade de vida, além de conceitos como low-cost, low-fare (baixo custo, baixa tarifa) fomentam este crescimento.

No Brasil os números relativos à chegada de turistas indicam uma perspectiva de crescimento considerável, principalmente em função dos grandes eventos

sediados no País, que contribuíram para a promoção e fortalecimento da imagem no exterior. Entretanto, ao comparar com países como Estados Unidos ou França, que recebem respectivamente cerca de 67 e 82 milhões de turistas por ano, é possível perceber que o Brasil com todo potencial turístico que possui poderia de fato receber ainda mais visitantes.

Alguns fatores podem contribuir para a expansão do turismo nacional, como por exemplo, a diversificação dos destinos turísticos, o crescimento da renda da população e a mudança do perfil do consumidor do turismo, que passou a buscar atrativos menos convencionais e produtos mais exóticos, disponíveis em maior quantidade em destinos não tão tradicionais.

Ou seja, a tendência de desconcentração do turismo mundial, (principalmente com relação ao turismo emissivo), contribui para perspectivas de crescimento das novas destinações turísticas, podendo em médio prazo, beneficiar países como o Brasil, que apresenta grande potencial turístico.

Os grandes eventos que foram sediados no Rio de Janeiro nos últimos anos contribuíram não apenas para promoção do País no exterior, mas certamente serão também os grandes indutores do surgimento de um novo destino turístico no cenário internacional.

Mesmo com todos os problemas existentes na cidade e mais especificamente aqueles relacionados ao transporte público, objeto desta monografia, cabe salientar que o Rio de Janeiro é a segunda cidade mais visitada do Brasil, atrás apenas de São Paulo.

Em consulta à RioTur, órgão que tempor objeto a implementação da política de turismo na cidade do Rio de Janeiro, foi constatado que as pessoas hospedadas em casa de parentes e amigos não estão incluídas na estatística oficial do turismo municipal. Cabe salientar que na pesquisa aplicada aos visitantes do Maracanã foi observado um percentual considerável de entrevistados hospedados nestes meios não oficiais, cerca de 65% do total de entrevistados.

A aplicação dos questionários possibilitou conhecer os problemas existentes no transporte público (ônibus e metrô) observados pelos visitantes do Maracanã. Também foi possível conhecer a razão da escolha modal, o perfil dos usuários de cada modalidade, os outros atrativos turísticos visitados no período de permanência na cidade, bem como a nota atribuída às demais modalidades utilizadas nestes deslocamentos.

Sendo assim, para os usuários de ônibus os pontos positivos de maior destaque observados na modalidade foram o valor da tarifa, a conveniência e a integração. Cabe ressaltar a importância do Bilhete Único não somente neste caso, mas de uma forma geral, pois sua implementação proporcionou ao usuário do transporte público uma nova dinâmica de deslocamentos no âmbito metropolitano a partir das novas integrações físicas e tarifárias possíveis.

Os pontos negativos de maior destaque observados pelos usuários de ônibus foram a falta de informação nos veículos e pontos de parada, (não somente informação turística, mas sobre linhas, horários, frequência, entre outros tipos), falta de segurança civil e o veículo lotado.

Para os usuários de ônibus, a conveniência foi a principal razão porque o outro modo de transporte público em realce (metrô) não foi utilizado. A má reputação, assim como o conforto e o valor da tarifa também influenciaram na escolha modal.

Quanto aos usuários de metrô, os pontos positivos de maior destaque observados pelos entrevistados foram informação, o tempo de viagem e a segurança civil. Quanto aos pontos considerados negativos, o que mais se destacou foi o veículo lotado. A fila para compra do bilhete, o tempo de espera na plataforma de embarque e o valor da tarifa também foram pontos considerados bastante negativos nesta modalidade.

Para os usuários de metrô, a falta de segurança civil foi a razão principal porque o outro modo de transporte público em realce (ônibus) não foi utilizado. A má reputação do ônibus também influenciou na escolha modal assim como foi observado na análise anterior. A falta de segurança de chegar ao destino e o tempo de viagem foram outros fatores que influenciaram na escolha modal.

Por fim, ao correlacionar as variáveis (perfil do usuário) e os dados obtidos através da análise relativa à preferência de uso do modo (pontos positivos, negativos e razão da escolha do modo), foi possível observar em alguns casos que o valor (peso) de determinado item poderia variar de acordo com o tipo de variável utilizada. Neste caso, pontos antes pouco destacados poderiam ter maior visibilidade, possibilitando um olhar mais profundo em cada ponto, e auxiliando na implantação de políticas públicas.

Portanto, após a correlação entre as informações, pôde-se concluir que:

Referente ao Gênero

No ônibus, tanto para os homens quanto para as mulheres, o valor da tarifa foi considerado como o principal ponto positivo observado na modalidade. Entretanto, enquanto para os homens a possibilidade de integração com outros modais foi também um fator positivo, para as mulheres a conveniência foi mais relevante.

Independente do gênero para os usuários de ônibus a falta de informação foi claramente o maior problema observado. Neste caso, os homens consideraram também a falta de segurança civil e o veículo lotado.

A Conveniência foi a razão porque os usuários de ônibus (independente do gênero) não optaram pelo metrô para visitar o Estádio. As mulheres informaram ainda que a má reputação e o conforto influenciaram também na escolha modal.

No metrô, os homens avaliaram positivamente o tempo de viagem e as mulheres a segurança civil. Independente do gênero, a informação foi o item de maior avaliação positiva nesta modalidade. Cabe destacar ainda que as mulheres consideraram a higiene observada no metrô (veículo, plataformas e mezanino) um item bastante positivo.

O veículo lotado foi o principal ponto negativo observado e houve uma grande participação do sexo feminino nestas respostas. A fila para compra do bilhete e o tempo de espera foram pontos negativos em comum entre homens e mulheres. Cabe destacar ainda que o valor da tarifa teve um peso negativo maior para os homens.

Por fim, independente do gênero, a falta de segurança civil e a má reputação do serviço de ônibus foram as razões principais porque o outro modo de transporte não foi utilizado.

Referente aos Meios de Hospedagem

No ônibus urbano, a tarifa foi considerada algo extremamente positivo, independente do meio em que os entrevistados ficaram hospedados. Destaca-se também que as pessoas hospedadas em hotel consideraram a conveniência um item importante da modalidade.

Quanto aos pontos negativos, a totalidade de pessoas hospedadas em hotel mencionou a segurança civil. A falta de informação foi também considerada um ponto negativo por pessoas hospedadas tanto em casa de parentes e amigos quanto em hotel.

A conveniência foi a razão porque os entrevistados hospedados em casa de parentes e amigos (independente do gênero) não optaram pelo metrô para visitar o Estádio. Para os entrevistados hospedados em hotel a má reputação também influenciou na escolha.

No metrô, o tempo de viagem e a segurança civil foram os itens que mais se destacaram positivamente, independente do meio de hospedagem em que os entrevistados se hospedaram.

Quanto aos pontos negativos, a clara maioria de entrevistados destacou o veículo lotado. Entre os hospedados em hotel, a fila para comprar o bilhete também foi mencionada de forma negativa.

Por fim, As questões relacionadas a segurança foram os principais motivos que influenciaram na escolha modal dos usuários de metrô. Cabe salientar que a má reputação do ônibus foi o ponto de maior peso na decisão das pessoas hospedadas em hotel.

RECOMENDAÇÕES

Em uma cidade de grande porte como é o caso do Rio de Janeiro realizam-se diariamente diversos tipos de atividades. A interação e desenvolvimento destas atividades estão intimamente relacionados aos serviços de transportes, sejam eles de passageiros ou de cargas.

Para a execução de atividades relacionadas a trabalho e renda, ou simplesmente para usufruir dos locais de lazer e diversão, é importante que a acessibilidade do cidadão seja garantida através de políticas públicas que assegurem o direito de ir e vir previsto na Constituição Federal.

A utilização do solo de forma planejada contribui para que as cidades se desenvolvam de forma ordenada e minimiza as desigualdades sociais e econômicas, uma vez que possibilita a criação de oportunidades de emprego,

moradia e educação próximas uma das outras, com acessibilidade e sem a obrigação de deslocamentos com grandes distâncias.

Os grandes eventos que foram sediados no Rio de Janeiro trouxeram um grande número de turistas para a cidade e a tendência é que nos próximos anos o Brasil se consolide como um novo destino internacional, atraindo ainda mais turistas.

As Olimpíadas que serão realizadas em 2016 contribuem para esta expectativa tendo em vista que neste período o Brasil será para o mundo, o centro das atenções e, portanto será o destino de pessoas do mundo inteiro.

A perspectiva de aumento do número de chegadas de turistas no Brasil, a consolidação do país como destino turístico internacional, o plano de tornar a cidade do Rio de Janeiro o principal portão de entrada do País e por fim, assegurar ao turista o direito de ir e vir com segurança e qualidade, fez com que algumas recomendações fossem elaboradas. Sendo assim, como forma de contribuição neste processo, a seguir estão descritas as recomendações propostas nesta monografia:

- Realizar periodicamente pesquisa com os visitantes do Maracanã adquirindo uma série histórica dos dados coletados;
- Identificar a adoção de medidas para minimizar os pontos negativos e se estas foram eficientes;
- Realizar pesquisa com os visitantes do Maracanã, mas que não tenham utilizado o transporte público. Com isso seria possível saber por que não utilizaram o serviço público, se tinham conhecimento desta possibilidade, bem como também se buscaram este tipo de informação;
- Desenvolver pesquisas semelhantes em outros atrativos turísticos do Rio de Janeiro com vistas a conhecer possíveis problemas de acessibilidade;
- Desenvolver novos estudos com foco em outros tipos de deslocamentos (urbanos ou não);
- Elaborar pesquisa específica para os turistas estrangeiros;

- Comparar a prática do uso do transporte público entre turistas nacionais e internacionais;
- Criar políticas públicas direcionadas aos usuários de Ônibus Urbano, visando solucionar os principais problemas observados na pesquisa e apresentados nesta monografia: A falta de informação nos veículos e pontos de parada, (não somente informação turística, mas também sobre linhas, horários, frequência, entre outros tipos), falta de segurança civil e o veículo lotado;
- Criar políticas públicas direcionadas aos usuários de Metrô, visando solucionar os principais problemas observados na pesquisa e apresentados nesta monografia: O veículo lotado, a fila para compra do bilhete, o tempo de espera na plataforma de embarque e o valor da tarifa;
- Disponibilizar nos meios de hospedagens, terminais, aeroportos e em toda infraestrutura turística, guias de bolso ou mapas que contenham informações sobre as linhas de ônibus / metrô da cidade e os respectivos atrativos turísticos existentes em sua área de influência;
- Elaborar estratégias de incentivo ao uso do transporte público pelos turistas. Com isto, poderia se obter um aumento da receita em períodos nos quais historicamente há redução de demanda nos transportes públicos (notadamente férias e finais de semana) em contrapartida há uma maior concentração de turistas na cidade;
- Criar cartões de passagens (RioCard) exclusivos para turistas, possibilitando deslocamento em passeios pré-programados pela Cidade através do uso do Transporte Público, fomentando um novo tipo de turismo, análogo ao que ocorre em outros países;
- Criar parcerias com agências de viagem e operadoras de turismo para a comercialização destes cartões em seus pacotes turísticos;

- Investir em informação, conforto, segurança civil e na otimização do serviço de transporte coletivo da cidade, buscando a médio prazo, atrair os usuários de ônibus de turismo, taxi e outros modos para o sistema de transporte público.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABEYRATNE, R., 1993, "Air Transport tax and its consequences on tourism", **Annals of Tourism Research**, 20 (3), pp. 450-60

ALBALATE, D., BEL, G., 2010, "Tourism and urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints", **Tourism Management**, doi: 10.1016/j.tourman

Anuário Estatístico ABIH-RJ – 2012 Rio de Janeiro: Fecomércio-RJ, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado do Rio de Janeiro – ABIH-RJ, 2012. 24 p. Dados de 2012.

Anuário Estatístico ABLA – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis – 2013

Anuário Estatístico AETT – Anuário Estatístico dos Transportes – 2009

Anuário Estatístico ANFAVEA – Indústria Automobilística Brasileira – 2013

Anuário Estatístico ANTT – Agencia Nacional de Transportes Terrestres – 2013

Anuário Estatístico EMBRATUR – 2014 Brasília: Ministério do Turismo/Instituto Brasileiro de Turismo/Diretoria de Estudos e Pesquisas, 2007. V. 34 126p. Dados de 2013.

Anuário Estatístico de Turismo – 2013 Volume 38 Ano base 2012 – Secretaria Nacional de Políticas de Turismo.

BARTHOLO, R., SANSOLO, D. G., BURSZTYN, I., – **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro, Editora: Letra e Imagem, 2009

BEL, G., 2009, “How to compete for a place in the World with a hand tied behind your back: the case of air transport services in Girona”, **Tourism Management**, 30 (4), pp. 522–529.

BENI, M. C., **Análise Estrutural do Turismo**. 5. ed. São Paulo, Editora: SENAC, 2001

BOULLÓN, R.C, **Planificación del espacio turístico**. México, Editora: Editorial Trillas, 1997

Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2007
Relatório Executivo Principais Resultados Seleccionados. São Paulo Julho/2009

CHEW, J., 1987, “Transport and tourism in the year 2000”, **Tourism Management**, 8 (2), pp. 83–85.

COHEN, E., “A Phenomenology of Tourist Experiences”.. **Sociology**, 13, 179-201, 1979.

COHEN, E., “A Phenomenology of Tourist Experiences”. In **Fundamentos do Turismo**, 2. ed. rev. ampl, Editora:Pioneira Thomson Learning, pp. 179-201.

COLLIER, A., **Principles of Tourism**. 3. Ed. Auckland, Editora: Longman Paul, 1994

Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014 – 160 pag

Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2006 / IBGE, Coordenação de Contas Nacionais. - Rio de Janeiro : IBGE, 2009. 57 p. – (Estudos e pesquisas. Informação econômica, ISSN 1679-480X; n. 12)

FORSYTH, P., 2001, "Promoting Trade in Airline Services", **Journal of Air Transport Management**, 7, pp. 43-50.

GONÇALVES, D. C., 2008, **A relação entre transporte e turismo: o caso do Rio de Janeiro**. Dissertação de M.Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

HALL, D. R., 1999. "Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues", **Journal of Transport Geography**, 7 (3), pp. 181 a 188.

IGNARRA, L. R., **Fundamentos do Turismo**. 2 ed. São Paulo, Editora: Pioneira Thomson Learning, 2003

KAUL, R. N., 1985, "Dynamics of Tourism: A trilogy", **Transportation and marketing**, (vol.111). New Delhi: Sterling Publishers.

KHADAROO, J., SEETENAH, B., 2007, "Transport infrastructure and tourism development", **Annals of Tourism Research**, 34 (4), pp. 1021–1032.

KHADAROO, J., SEETENAH, B., 2008, "The role of transport infrastructure in international tourism development: a gravity model approach", **Tourism Management**, 29 (5), pp. 831–840.

LAPIERRE, J., HAYES, D., 1994, "The Tourism Satellite Account". In: **National Income and Expenditure Accounts Second quarter, Statistics Canada – Cat. nº 13-001**. pp. 33-58

LUMSDON, L., PAGE, S.J. (Eds.), 2004, "Tourism and Transport: Issues and Agenda for the New Millennium". Elsevier, London, pp. 1–28.

MATHIESON, A., WALL, G., **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**. New York, Publisher: John Wiley & Sons, 1990.

MCINTOSH, R., GUPTA, S., **Turismo – Planeación, Administración y Perspectivas**. Cidade do México, Editora: Limusa Noriega Editores, 1993.

NOVAES, A. G., **Sistemas de transportes: análise da demanda**. São Paulo, Editora: Edgard Blücher, 1986.

OLIVEIRA, A. P., **Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização**. São Paulo, Editora: Atlas, 2000.

OMT – Organização Mundial do Turismo. Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais. Brasília: Embratur, 1995.

PAGE, S. J., **Transport and Tourism**. Publisher: Bookman London, 1999.

PAGE, S. J., **Transporte e Turismo**. Editora: Bookman, 2001.

PALHARES, G. L. **Transporte Aéreo e Turismo: Gerando Desenvolvimento Socioeconômico**. São Paulo, Editora: Aleph, 2001.

PALHARES, G. L., **Transportes Turísticos**. 2 ed. São Paulo, Editora: Aleph, 2002.

Pesquisa de Tendências Macro do Turismo Mundial 2012 – EMBRATUR – MINISTERIO DO TURISMO 46 pag.

Plano Diretor de Transportes da Cidade do Rio de Janeiro - SMTR – SECRETARIA MUNICIPAL DE TRANSPORTES – 2005.

Plano Diretor de Transporte Urbano da Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro – PDTU/RMRJ – 2005.

Plano Nacional de Turismo – PNT 2007/2010.

PRIDEAUX, B., 2000, "The role of the transport system in destination development" **Tourism Management**, 21 (1), pp. 53–63.

RAMOS, L. P. G., 2006, **Gerenciamento da Mobilidade em Áreas Turísticas: Aplicação ao Caso do Rio de Janeiro**. Dissertação de M.Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

RICHARDSON. In ANDRADE, J. V., (2001). **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo, Editora: Ática, 1999

SAMPAIO, M. C. DA G., 2006, **Fatores determinantes da escolha do local e de modo de transporte para o consumo de bens e serviços**. Dissertação de M.Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

SMITH, V., "Hosts Ang Guests: The Anthropology of Yourism. Philadelphia": University Of Pennsylvania, 1989.

Statistics New Zealand, **Provisional Tourism Satellite Account 1998-2000**. Wellington, Statistics New Zealand, 2001.

UNIVERCIDADE (2008). Pesquisa do perfil do visitante do Corcovado. Rio de Janeiro.

UNIVERCIDADE (2008). Pesquisa do perfil do visitante do Pão de Açúcar. Rio de Janeiro.

SITES VISITADOS:

<<http://www.antt.gov.br/>>. Acesso em 15set. 2014, 22:00

<<http://www.commerce.gov/>>. Acesso em 30 ago. 2014, 00:00

<<http://www.copa2014.gov.br>>. Acesso em 25 set. 2014, 18:30.

<<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br.>>. Acesso em 25 ago. 2014, 20:45

<<http://www.embaixadaamericana.org.br>>. Acesso em 04 set. 2014, 20:25

<<http://www.fazenda.gov.br/>>. Acesso em 28 ago. 2014, 19:10.

<<http://g1.globo.com/turismo-e-viagem>>. Acesso em 08 set. 2014, 19:30

<<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 15 set. 2014, 22:20.

<<http://www.infraero.gov.br/>>. Acesso em 29 ago. 2014, 23:15.

<<http://www.ipeadata.gov.br>>. Acesso em 11 set. 2014, 00:10

<<http://portuguese.riodejaneiro.usconsulate.gov>>. Acesso em 10 set. 2014, 19:45

<<http://www.turismo.gov.br/turismo/home.html>>. Acesso em 26set. 2014, 19:43.

<<http://www.visitbrasil.com/>>. Acesso em 20 set. 2014, 21:30.

ANEXOS

Formulário de Pesquisa – Frente

FORMULÁRIO DE PESQUISA	Data: ____/____/____	Nº: _____
Pesquisador: _____ Local: <u>Maracanã</u> Hora Inicial: ____:____ Hora Final: ____:____		

1 - De onde o Sr.(a) está vindo? (País ou Estado/Município): _____

2 - Onde está hospedado? ☐ 1 Hotel ☐ 2 Parentes/Amigos ☐ 3 Albergue ☐ 4 Outro _____

3 - Qual Bairro? _____

4 - Qual o modo de transporte o Sr. (a) utilizou para vir ao Maracanã?

☐ 1 Trem ☐ 2 Metrô ☐ 3 Ônibus ☐ 4 Táxi ☐ 5 Táxi Especial ☐ 6 Automóvel ☐ 7 Carro Alugado ☐ 8 Van
☐ 9 Ônibus de Turismo ☐ 10 Bicicleta/Moto ☐ 11 A pé ☐ 12 Carona ☐ 13 Car Service ☐ 14 Outro: _____

5 - (Apenas quando utilizado o transporte público) Qual sua opinião sobre o modo de Transporte utilizado:

Confortável	☐ Sim	☐ Não	Informação no Veículo	☐ Sim	☐ Não
Rápido	☐ Sim	☐ Não	Esperou muito no ponto	☐ Sim	☐ Não
Limpo:	☐ Sim	☐ Não	Funcionários educados	☐ Sim	☐ Não
Seguro	☐ Sim	☐ Não	Recebeu informação de terceiros	☐ Sim	☐ Não
Barato	☐ Sim	☐ Não	Fácil de Pegar	☐ Sim	☐ Não

Caso o turista tenha utilizado Metrô, seguir para pergunta 6. Se tiver utilizado ônibus, seguir para pergunta 9. Caso não tenha utilizado, nenhum dos dois seguir para pergunta 12.

6 - Quais pontos positivos o Sr. (a) encontrou no Metrô?

Informação	☐ Idioma	☐ Tempo de Viagem	☐ Conforto	☐ Bom atendimento	☐
Higiene	☐ Tarifa	☐ Tempo de Espera do Metrô	☐ Sinalização	☐ Conveniência	☐
Integração	☐ Segurança Civil	☐ Segurança de Chegar ao Destino	☐	Outros: _____	

7 - Quais pontos negativos o Sr. (a) encontrou no Metrô?

Falta de Informação	☐ Idioma	☐ Tempo de Viagem	☐ Conforto	☐ Sinalização	☐
Veículo Lotado	☐ Tarifa	☐ Tempo de Espera do Metrô	☐ Baldeação	☐ Conveniência	☐
Fila p/ comprar bilhete	☐ Segurança Civil	☐	Outros: _____		

8 - Por que o Sr. (a) não utilizou o Ônibus ao invés do Metrô?

Falta de Informação	☐ Idioma	☐ Tempo de Viagem	☐ Conforto	☐ Higiene	☐
Mau Atendimento	☐ Tarifa	☐ Tempo de Espera do Ônibus	☐ Sinalização	☐ Conveniência	☐
Falta de Integração	☐ Má reputação	☐ Segurança Civil	☐ Falta de Segurança de Chegar ao Destino	☐	☐

9 - Quais pontos positivos o Sr. (a) encontrou no Ônibus?

Informação	☐ Idioma	☐ Tempo de Viagem	☐ Conforto	☐ Bom atendimento	☐
Higiene	☐ Tarifa	☐ Tempo de Espera do Ônibus	☐ Sinalização	☐ Conveniência	☐
Integração	☐ Segurança Civil	☐ Segurança de Chegar ao Destino	☐	Outros: _____	

Formulário de Pesquisa – Verso

10 - Quais pontos negativos o Sr. (a) encontrou no Ônibus?

Falta de Informação ☐ Idioma ☐ Tempo de Viagem ☐ Conforto ☐ Sinalização ☐
 Veículo Lotado ☐ Tarifa ☐ Tempo de Espera do Ônibus ☐ Baldeação ☐ Conveniência ☐
 Segurança Civil ☐ Falta de Integração ☐ Outros: _____

11 - Por que o Sr. (a) não utilizou o Metrô ao invés do Ônibus?

Falta de Informação ☐ Idioma ☐ Tempo de Viagem ☐ Conforto ☐ Higiene ☐
 Mau Atendimento ☐ Tarifa ☐ Tempo de Espera do Metrô ☐ Sinalização ☐ Conveniência ☐
 Falta de Integração ☐ Má reputação ☐ Segurança Civil ☐ Falta de Segurança de Chegar ao Destino ☐

12 - O Sr. (a) visitou outros atrativos turísticos no Rio de Janeiro ou em cidades vizinhas (até 3 atrativos)? **Se não tiver utilizado, seguir para questão 14.**

13 - O Transporte Público Coletivo foi Utilizado?

☐ Se sim, quais?
 Atrativo 1: _____
 Atrativo 2: _____
 Atrativo 3: _____

☐ Se não, porque?
 Falta de Informação ☐ Idioma ☐
 Veículo Lotado ☐ Tarifa ☐
 Tempo de Viagem ☐ Conforto ☐
 Tempo de Espera do Veículo ☐ Baldeação ☐
 Conveniência ☐ Pacote Turístico ☐
 Outros: _____

14 - Chegou facilmente aos atrativos? Sim ☐ Não ☐ Porquê? _____

15 - Qual nota de 0 a 10, o Sr. (a) atribui ao sistema de transporte publico da cidade por:

Trem: ____ Metrô: ____ Ônibus: ____ Táxi: ____ Táxi Especial: ____ Van: ____ Barcas: ____

16 - Qual sua idade? _____ 17 - Qual seu sexo? ☐ 1 Masculino ☐ 2 Feminino

18 - Qual sua faixa de renda familiar?

☐ 1 Até R\$1.020 ☐ 2 Até R\$2.550 ☐ 3 Até R\$5.100 ☐ 4 Até R\$10.200 ☐ 5 Superior a R\$10.200

19 - Qual seu grau de instrução?

☐ 1 Primário ☐ 2 Médio/Técnico ☐ 3 Superior Incompleto ☐ 4 Superior Completo ☐ 5 Pós-Graduação

20 - Quantas pessoas estão viajando com o Sr. (a)? _____