

Modelo nacional de implantação e operação de Linhas Turísticas.

João Paulo Pereira¹; Carlos Renato Clementino Coimbra²; Marcus Vinícius Miranda Cardoso³; Flávia Camila Oliveira Mateus⁴

¹ Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A - BHTRANS – Diretoria de Ação Regional (DRO) – Gerência de Ação Regional Centro-Sul (GEACE) – Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 1.700, bairro Carlos Prates, Belo Horizonte/MG, CEP 30.710-020 – Telefone: (031) 3279-7916 – j.p@pbh.gov.br

² Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A - BHTRANS – Diretoria de Ação Regional (DRO) – Gerência de Ação Regional Centro-Sul (GEACE) – Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 1.700, bairro Carlos Prates, Belo Horizonte/MG, CEP 30.710-020 – Telefone: (031) 3279-7916 – carlos.coimb@pbh.gov.br

³ Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A - BHTRANS – Diretoria de Ação Regional (DRO) – Gerência de Ação Regional Centro-Sul (GEACE) – Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 1.700, bairro Carlos Prates, Belo Horizonte/MG, CEP 30.710-020 – Telefone: (031) 3279-7916 – mvmirand@pbh.gov.br

⁴ Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A - BHTRANS – Diretoria de Ação Regional (DRO) – Gerência de Ação Regional Centro-Sul (GEACE) – Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 1.700, bairro Carlos Prates, Belo Horizonte/MG, CEP 30.710-020 – Telefone: (031) 3279-7916 – flavia.camila@pbh.gov.br

SÍNTESE

Custos e baixa demanda inviabilizaram a continuidade da linha turística em Belo Horizonte. Um comparativo do serviço em cidades brasileiras permite diagnosticar práticas que aumentaram demanda e reduziram custos. É proposto um modelo unificado de implantação e operação de linhas turísticas urbanas.

PALAVRAS-CHAVES

Linha turística. Brasileiras. Modelo unificado. Redução de custos. Aumento demanda.

INTRODUÇÃO

O interesse no tema veio da experiência de Belo Horizonte em implantar, e, posteriormente extinguir, uma linha turística de transporte coletivo urbano. Esse fato nos despertou a necessidade de uma análise com amplitude nacional do funcionamento e viabilidade desta modalidade que conjuga transporte e turismo, devendo, portanto, atender o usuário em ambas as dimensões do serviço para alcançar satisfação.

A partir dos casos das cidades que tiveram sucesso e suas características positivas, selecionamos as práticas comuns que aumentaram a demanda de usuários nas linhas e conseqüentemente o faturamento. Ainda observamos que em cidades que adotaram carrocerias de dois andares panorâmicas as linhas são amplamente usadas pela população local atraída pela curiosidade neste tipo de veículo. Portanto o modelo proposto neste trabalho visa criar uma uniformidade de veículo adotado, sinalização em pontos de embarque e desembarque, elementos de sinalização da linha no entorno de pontos turísticos, conectividade à bordo gratuita, parcerias público privada, publicidade na internet, comentários em redes sociais e blogs de turistas dentre outras práticas de sucesso.

Traçando um detalhamento do funcionamento das linhas turísticas de diversas cidades do Brasil, será possível determinar características que permitam elaborar um modelo nacional, cuja padronização permitirá uma constante melhoria dos serviços já instalados, bem como, fomentar sua implantação em localidades de interesse turístico que se beneficiem do serviço.

DIAGNÓSTICO, PROPOSIÇÕES E RESULTADOS

Nesta comunicação, tomaremos o turismo como constituído por um conjunto de prestadores de serviços que atende diversas demandas. Neste contexto, as empresas responsáveis pelos sistemas de transporte se inserem com a função de possibilitar a estada dos turistas nas cidades destino com mobilidade (KOTLER, 2002). Por isso, para que o turismo se concretize como elemento diferencial é de grande relevância que o deslocamento de pessoas seja realizado através de uma adequada rede de transportes.

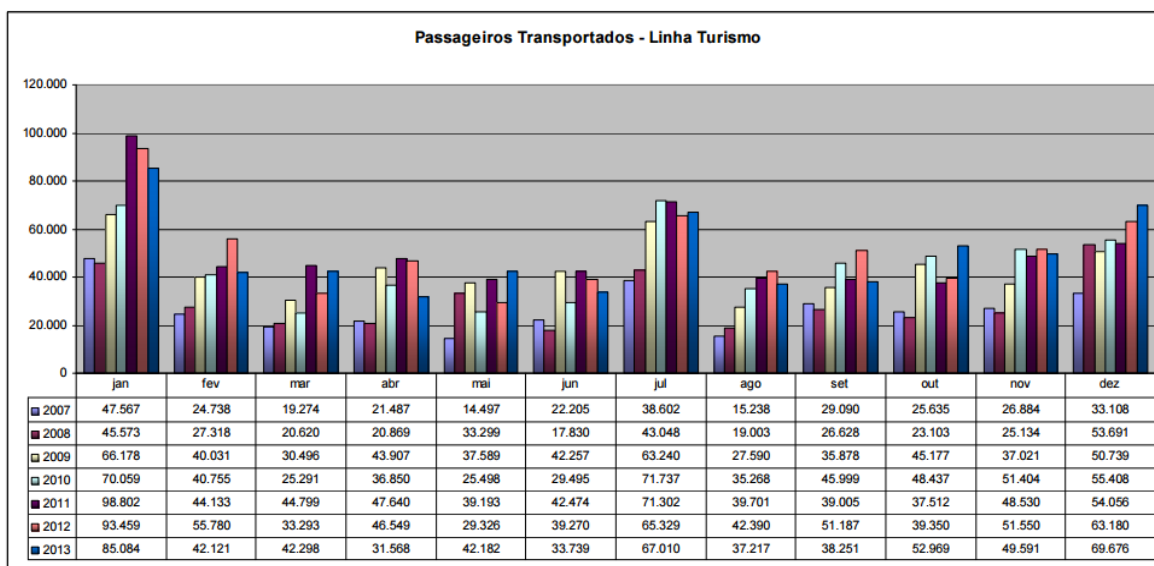
O turismo urbano está se consolidando no Brasil, pois, as cidades recebem cada vez mais turistas seja por seus atrativos naturais/culturais seja pelo movimento de negócios e política advindo com a globalização, e, facilitado com a popularização da aviação civil, que nos “encurtou distâncias”.

Essa facilidade aumenta o movimento de hotelaria, centro de convenções polos gastronômicos ou culturais, etc (PALHARES, 2001). Como engrenagem dessa dinâmica

“transporte é um componente essencial da atividade turística, que tem no deslocamento do consumidor a sua própria definição” (BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p.65).

O Ministério do Turismo afirmou que crescimento do turismo no Brasil pegou carona na Copa do Mundo, mas, observando que em locais como Belo Horizonte houve inviabilidade da linha turística meses após o evento se realizar, outros aspectos devem ser levados em conta.

Comprova-se uma tendência pela demanda visualizada abaixo no município de Curitiba-PR, segundo a empresa responsável, URBS:



Fonte: Área Financeira / URBS

Tabela progressão demanda da linha turística de Curitiba-PR

Tal modalidade pode ser uma forma prática e interessante de explorar um destino, caso nos detivermos nas questões apontadas pelo ministério, como, ampliação de roteiros e aprimoramento de serviços, com foco no potencial de cada localidade. Se antes os destaques foram nas capitais que sediaram os jogos do Mundial de futebol, agora devem estar na vocação turística local, e no interesse do turista.

Curitiba, talvez o caso de maior sucesso do país, também registrou aumento de passageiros nas linhas turísticas.

Por exemplo, Porto Alegre (RS), aproveitou o aumento do fluxo de passageiros no montante de 98,5% em agosto de 2014, se comparado ao mesmo mês do ano anterior, para incrementar a linha turismo da cidade com dois novos atrativos. Contemplando no seu trajeto o Centro Cultural Usina do Gasômetro, às margens do lago Guaíba, e a praça Otávio Rocha, no coração da capital gaúcha, recentemente revitalizada e equipada com um bistrô, de acordo com a secretaria municipal de Turismo.

Oportunamente Salvador, que também conta com linha turística, brinda seus visitantes com visita ao estádio Arena Fonte Nova em uma parada recém-incluída no roteiro. Elaboraram programação onde o turista pode passear por diferentes setores do estádio, do gramado aos vestiários, e também apreciar uma vista de 360 graus da cidade, em um mirante do estádio. A rota do ônibus tem 13 pontos de parada e visitação espalhados pela capital baiana.

Para compreendermos a melhor forma de oferecer o serviço ao turista local temos de considerar seu perfil e interesses. Na Feira das Américas 2011, foi apresentada pesquisa inédita realizada pela CNC, IBOPE e Grupo Abril sobre os hábitos do turista brasileiro que trouxe um perfil qualitativo bem detalhado.

Sobre a faixa etária: 34% destes turistas tem idade entre 31 a 40 anos, 24% estão entre 18 a 30 anos, 22% entre 41 a 50 anos e 19% acima de 51 anos; sendo, que 62% dos turistas são casados e viajam com a família e 50% tem filhos. Também é interessante saber que 55% viajam com cônjuge ou companheiro.

Quanto à periodicidade anual: 41% deles viajam três ou mais vezes por ano, 36% duas vezes por ano. Vale apontar que o fator social interfere, haja vista que, entre as classes C, D e E 49% viajam uma vez ou menos por ano.

Levam em conta na escolha do destino, preponderantemente: beleza é o mais importante no momento de decidir para onde viajar.

E, validando as linhas turísticas urbanas temos que: no Brasil 47% preferem cidade, 44% ecoturismo, 64% destino de inverno e 59% curtem praia.

Diante de toda essa abrangência do público turístico, a publicidade deve contemplar, para uma divulgação minimamente eficiente, o meio digital, qual seja a internet. E, na tabela a seguir temos as informações que puderam ser coletadas nessa mídia:

Tabela comparativa dos serviços de linhas turísticas urbanas com divulgação digital

Cidade	Operador	Veículo	Tarifa - R\$	Duração	Pontos turísticos	PED
Maceió	Privado	Duble-deck				
Manaus	Publico	Duble-deck				
Salvador	Privado	Duble-deck	50,00			
Fortaleza	Privado					
Curitiba	Público	Duble-deck	30,00	2 h 30 m	Amplo	25
Porto Alegre	Público	Duble-deck	25,00/30,00	1 h 35 m	Zona Sul	Sem paradas
	Público	Duble-deck	25,00/30,00	1 h 45 m	Centro Histórico	7
São Paulo	Público	Padrão			Indica linha comum	

Com maior abrangência, através do levantamento de dados de cada capital podemos observar que linhas turísticas urbanas são operadas por empresas privadas, sendo concedido o serviço por concessão, ou públicas.

Há ainda a modalidade de serviços autorizados, os quais geralmente partem de hotéis. Seja por meio de agências, estes se alicerçam em vans de 12 a 18 lugares nesse caso existem roteiros e traslados específicos por agência e pacotes turísticos.

Além disto, há o envolvimento dos próprios munícipes, quando incorporam a linha ao seu trajeto habitual. Logo, o transporte turístico urbano desenvolve, seja por meio de linhas regulares ou do demais modais que já integrem a estrutura de serviços e equipamentos de que se façam necessários ao deslocamento dos turistas e viajantes, em geral entre núcleos emissores e receptores dos mesmos (PAOLILLO, 2006).

Porém, levando em conta que o turista moderno dá preferência ao uso de modos de transporte de baixo custo, cabe ao poder público fomentar a linha urbana turística, tanto para um melhor atendimento do usuário, como com vistas à incrementar o turismo local.

Neste contexto de deslocamento de baixo custo e uso racional da linha por municípios, é que nosso trabalho intervém, a fim de criar parâmetros básicos de implantação de operação destas.

Portanto, o transporte é alavanca para o deslocamento das pessoas entre os destinos emissores e receptores, permitindo que as respectivas atrações sejam acessíveis ao viajante. Assim, o sistema de transporte urbano será participante da cadeia produtiva do turismo, bem como um atrativo desta.

Para elaboração do projeto, foram realizadas pesquisas nas empresas de transporte e trânsito dos municípios, site e blogs. No sentido de buscar identificar conhecimentos e percepções da infraestrutura básica do turismo. Devemos ainda, todos os aspectos físicos e ações produtivas que promovam a satisfação da demanda, segundo Bertaglia (2003).

Essa identificação, citada na planilha acima, vem inclusive demonstrar o potencial inexplorado no país como um todo, e evidenciando o avanço da região sul, na qual a atividade tem tido êxito.

A padronização básica das linhas turísticas na cadeia produtiva do turismo, através dos transportes, torna-se um ganho para a inserção da oferta turística urbana. Confirmando-se a necessidade de padronizar os processos de implantação e operação.

Toda linha turística deverá ter quadro de horário comparativo a 30 minutos nunca sendo superior este tempo de espera, uma vez que turistas detém maior aporte financeiro para gasto em sua viagem, o não cumprimento ao intervalo horário pode fazer que o turista use outro meio.

Posteriormente, no momento de implantação, sempre deverá observar o estudo prévio das vias onde a linha transitará, sendo fundamental, ligar uma região de interesse do município, para sua operação regular, tendo como ferramenta de ligação ao menos um ou mais corredores de transporte na composição do traçado, está pratica visa garantir a cobertura básica de custo operacional da linha tendo o munícipe inserido na sua vida, provocando aumento da receita, com a existência desta prática, a tarifação deve acompanhar o sistema regular do município.

Como exemplo de corredores chaves temos Avenida Presidente Antônio Carlos em Belo Horizonte, Avenida Salim Farah Maluf (Radial Leste) em São Paulo, e, ainda, Avenida Nossa Senhora de Copacabana no Rio de Janeiro. Tendo em comum, todos eles, a extensão superior a seis quilômetros, com extremidades localizadas em bolsas de populacionais usuárias de deslocamento regional, cujas linhas convencionais já se encontram com demanda saturada. Aí, a linha turística vem como opção diferenciada no que tange ao conforto do passageiro.

Nesse sentido, além de integrar o sistema regular, atenderá à modicidade de valores para com o turista. O que também é inovação do modelo que ora é proposto, a fim de se quebrar o paradigma da exorbitância de preços normalmente encontrada em produtos e serviços destinados ao turista.

Ponto de embarque e desembarque proposto (PED), dispondendo de simbologia internacional de ônibus de turismo, linhas que atendem o ponto, painel interativo com o turista mostrando o local e os atrativos daquele ponto, além de mostra dos tempos estimados da linha, somados à mídia publicitária para subsidiar o sistema.

Ainda na implantação, deverá ser promovida reunião com representantes de pontos turísticos atendidos a fim de firmar convênio de divulgação, podendo usar a simbologia internacional e os dizeres de ponto atendido por linha turística, indicando sua parada mais próxima.



Símbolo internacional do ponto de ônibus turístico

Outro aspecto a se tratar são as mídias de acesso. Quando da implantação o poder concedente deve em seus primeiros meses, atribuir um programa de mídia ressaltando o trânsito desta linha em corredores, conectividade a bordo através de uma rede wi-fi gratuita e de qualidade, além disso, o poder concedente deve implantar um abrigo específico para operação da linha, caso não seja possível, implantar o totem interativo mostrando ao turista que aquele PED é atendido pela linha.



Ponto de linha turística com itens sugeridos a um modelo nacional

Encontrada a viabilidade de implantação, então, deverá ser definido o veículo e sua padronização, devendo sempre destacar a simbologia internacional do turismo.

É premissa do modelo aqui apresentado que o carro do coletivo seja dotado de ar-condicionado, painéis informativos de local, parada, dados históricos/turísticos (inclusive equipamentos públicos como restaurantes, lanchonetes, instalações sanitárias), espaço para alocação segura de bicicleta (duas ou mais), elevador de acesso, conectividade wi-fi (com qualidade mínima de 1 megabyte), além do que já estiver presente no modelo convencional.

Neste estudo sugerimos que a linha opere ao menos com um veículo do tipo panorâmico Duplo-Deck e ou similar (carroceria abaixo ilustrada).



Fonte:URBES



Fonte:Skcania

Modelo de ônibus para linhas turísticas, com a carroceria panorâmica

Entre o poder concedente e os permissionários deverá haver uma cooperação para divulgação das informações, além disso, o Ministério do Turismo - MT deve em sua página cadastrar o serviço de todos os municípios e proporcionar ao usuário uma ferramenta web e outra móvel para informação ao turista. Ainda, dentro das recomendações aos órgãos gestores, sugerimos o pleito junto ao Ministério do Turismo para criação de cadastro dos usuários através de seu login na rede wi-fi do coletivo.

As redes sociais deverão receber carga com estas informações a fim de concentrar e unificar nacionalmente os comentários nesta. Esperamos, com a padronização, tornar mais confortável e simples ao turista usufruir do serviço, e fazer do próprio modelo meio de divulgação e marketing, colaborando com sua viabilidade.

CONCLUSÕES

Baseado na experiência sulista do Brasil ele nos brinda com o modelo que atrai pessoas ao município, mas, dada a forma de tarifação e da forma de venda dos vouchers, então, hoje coloco neste trabalho a necessidade de interligação tarifária entre diferentes gestores do transporte, observando as características dos terminais intermodais, sejam eles municipais, estaduais ou internacionais. Com fim de centralizar políticas tarifárias em um dos entes envolvidos. Na prática, o objetivo é livrar o turista do papel, adotando ideias inovadoras da tarifação.

O nosso modelo almeja a implantação de atração turística baseada em mobilidade urbana e nas linhas e sistemas existentes nos municípios brasileiros levando em consideração para atendimento às linhas turísticas os módulos integrados de transportes.

A atividade turística possui uma infinidade de organizações da iniciativa privada que participam ativamente, de forma direta e indireta, na prática do turismo, entre as quais se

situam o transporte público. A implantação da linha turística, deverá sempre interagir com o meio e os interesses de transporte existentes, cooperação institucional e mídia direcionada, além de usar redes sócias como incremento da proposta deste estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS E TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2004.

BERTAGLIA, P.R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano nacional de turismo 2007/2010**: uma viagem de inclusão. Brasília, 2007. 83p.

<http://agentenoturismo.com.br/o-perfil-do-turista-brasileiro/> 2/3

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

LEMOS, Leandro de. **Turismo**: que negócio é esse? Uma análise da economia do turismo. Campinas: Papyrus, 2001.

LOPES, Jorge. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2006.

Manual de identidade – Simbologia Turística. Divisão de recursos turísticos do Governo de Portugal. Disponível em: <www.aheta.pt/site2008/3-legislacao/documentos/simbologia-sinaletica-sinais.pdf>. Acesso em: 13 de janeiro de 2015.

Ministério do Turismo – Portal do Governo Brasileiro. Disponível em: <www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20141002_3.html>. Acesso em: 13 de janeiro de 2015.

PALHARES, Guilherme Lohmann. Transportes Turísticos. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILLO, André Milton. REJOWSKI, Mirian. **Transportes**. São Paulo: Aleph, 2006.

PERNAMBUCO (Estado). SECRETARIA DE TURISMO. **Pernambuco para o mundo**: plano estratégico de turismo de Pernambuco: versão completa. São Paulo, 2008. 201p.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo e pesquisa científica**: pensamento internacional x situação brasileira. Campinas: Papyrus, 1996.

SANTANA, Guilherme Alves de. *et al.* SISTEMAS DE TRANSPORTES E TURISMO: diagnóstico para reestruturação organizacional do terminal de passageiros da Avenida Dantas Barreto em Recife-PE. In: Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão da Faculdade SENAC 2009. Recife/PE. Disponível em: <<http://www.pe.senac.br/ascom/faculdade/iiiiecontro/anais/.../13.doc>>. Acesso em: 16 de setembro de 2014.

Urbanização de Curitiba S/A – site institucional de informação ao usuário. Disponível em: <www.urbs.curitiba.pr.gov.br/transporte/linha-turismo> Acesso em: 13 de janeiro de 2015.