

Estudo sobre o Potencial Turístico da Barra da
Tijuca com a implantação da ligação hidroviária
entre o bairro da Barra da Tijuca e o Centro da
Cidade do Rio de Janeiro

Daniele Cabral Gonçalves

Programa de Engenharia de Transporte

COPPE/UFRJ



Turismo

Compreende as atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu *enquadramento habitual* por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros.

Organização Mundial do Turismo, 2006

Objetivo do estudo

Analisar o potencial turístico da Barra da Tijuca com a implantação da ligação hidroviária entre o bairro da Barra da Tijuca e o Centro da Cidade do Rio de Janeiro.

Metodologia Utilizada

A estimativa do potencial turístico da Barra da Tijuca foi baseada numa pesquisa de campo, através da realização de um conjunto de entrevistas, por questionários, feitas com os turistas que visitam o bairro.

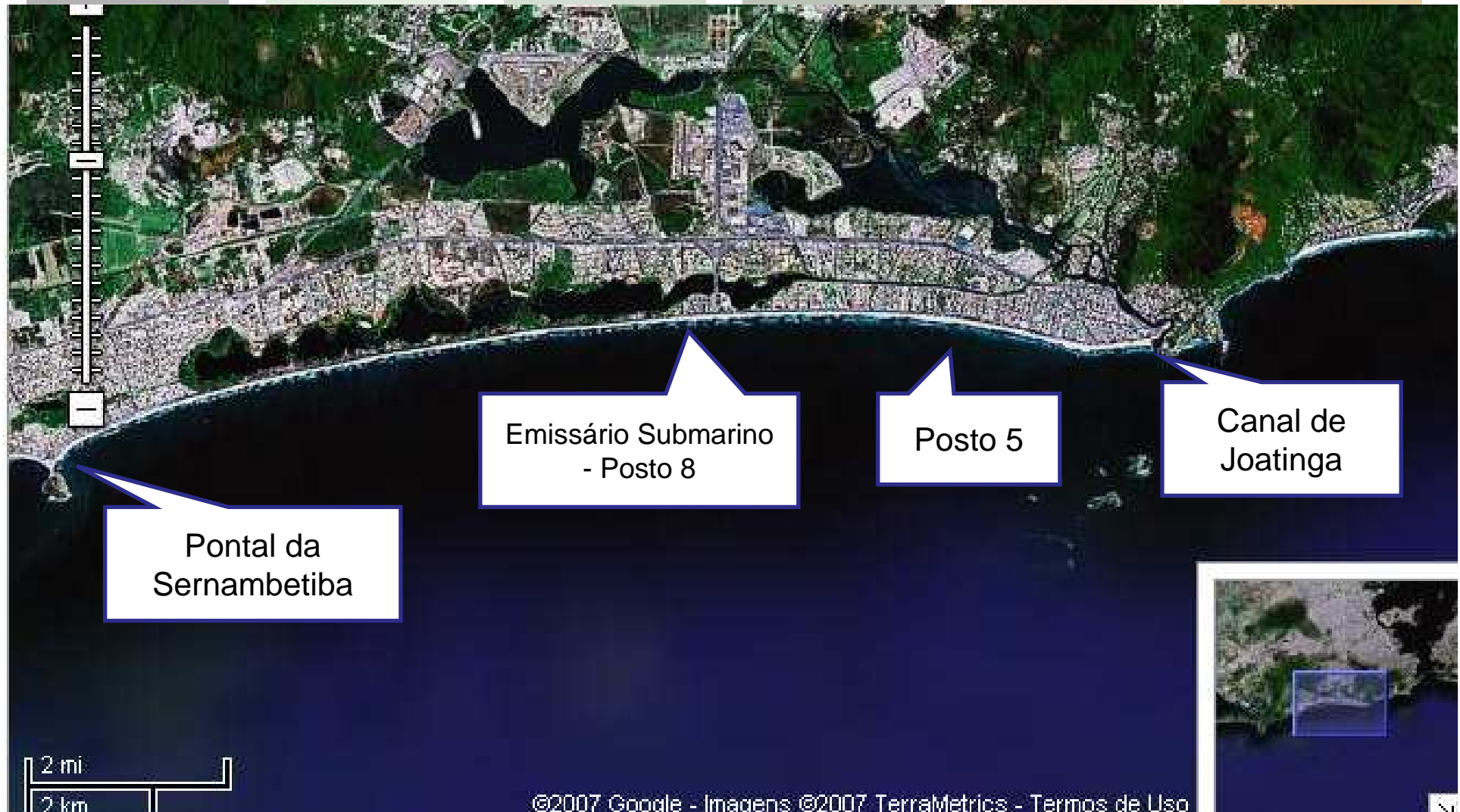
Inventário da Barra da Tijuca realizado através de pesquisa em associações e internet.

Projeto Hidrovia “Barra – Centro”

- Tarifa única
- Integração ônibus/barca - barca/ônibus
- Extensão de 22 milhas náuticas
- Tempo de aproximadamente 30 minutos



Barra da Tijuca



Canal da Joatinga, Deck da Barra



Posto 5



Emissário Submarino (posto 8)



Pontal da Sernambetiba



Análise do potencial turístico da Barra da Tijuca

Análise da oferta

Esta análise envolveu as etapas seguintes:

- Delimitação do território a analisar;
- Envio de um questionário a todas as autarquias envolvidas;
- Análise dos dados já disponíveis (relatórios, estatísticas);
- Elaboração de "lista de controle";
- Visita às autarquias;
- Consulta com as pessoas responsáveis pelas autarquias;
- Elaboração de um perfil turístico para cada autarquia.

Conseqüências dessa análise

Análise da procura

- Pesquisa junto aos turistas com duas fórmulas: a entrevista pessoal oral e o questionário escrito.
- Resultados

Análise das tendências e da concorrência

- Foi efetuada uma investigação documental a partir dos dados e do material de informação já disponíveis.

Diagnóstico

- O diagnóstico foi efetuado por comparação da análise das forças e das fraquezas do bairro e da análise das oportunidades e dos riscos no mercado.

Conclusões

Dificuldades

- A extensão do bairro e a dificuldade de locomoção
- Informações inexistentes ou incompletas
- Divergências de opinião
- Problemas de representabilidade
- Baixa porcentagem de respostas aos questionários
- Definição da concorrência e sua análise



Público alvo

- Visitantes de estadias curtas (executivos)
- Pessoas idosas
- Turistas exigentes quanto ao conforto em embarcações
- Turistas à procura de locais de comercio com fácil acesso em um único espaço
- Famílias com crianças



Obrigada!

danicabral@pet.coppe.ufrj.br