

O Transporte Náutico como serviço turístico: o caso 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

Identificar os elementos centrais de um serviço turístico náutico, analisando as qualidades desse serviço sob a ótica do cliente, usando como estudo de caso o Rio de Janeiro.

Transporte Náutico Turístico no Brasil

- 7.367 quilômetros de extensão
- 35.000 quilômetros de vias internas navegáveis
- 9.260 quilômetros de margens de reservatórios de água doce, como hidroelétricas, lagos e lagoas
- Ementa constitucional nº 07/95

Transporte Náutico Turístico no Rio de Janeiro

- Desembarque de turistas no porto - 39,8% do total brasileiro.
- Temporada limitada
- Temporada 2004/05:
 - 135 mil turistas
 - 48 mil tripulantes
 - US\$ 55 milhões em gastos

Perfil do turista

- 58% dos passageiros são homens
- 48% tem nível médio (48%)
- 73% tem mais de 40 anos.

- 49% - Atrativos naturais
- 70% - Primeira vez
- 68% - *City tour* (68%)
- 93% - Pretende voltar

- 69% - *Chegada por via aérea*
- 31% - *Chegada por via rodoviária*
- 58% - *vem por conta própria*

- *Tours náuticos: 90% - agências*

Serviço como produto

- Primeira impressão da empresa
- Serviço é qualquer coisa que possa ser oferecida aos consumidores para satisfazer as necessidades e expectativas.
- Intangíveis
- Serviços: vendidos - produzidos e consumidos simultaneamente

- Sem estoque
- Os consumidores são parte integrante do processo de prestação de serviço.
-
- A qualidade de um serviço deve ser definida em termos de atendimento às expectativas dos clientes como sendo seus padrões de desempenho.

Determinantes da qualidade percebida do serviço

- Confiabilidade
- Rapidez de resposta
- Competência
- Acesso
- Cortesia
- Comunicação
- Credibilidade
- Segurança
- Compreender/ conhecer o cliente
- Elementos tangíveis do serviço.

Qualidade no setor de Transporte Náutico

- 300 turistas
- Novembro de 2006 e abril de 2007
- Três maiores transportadoras náuticas do Rio de Janeiro

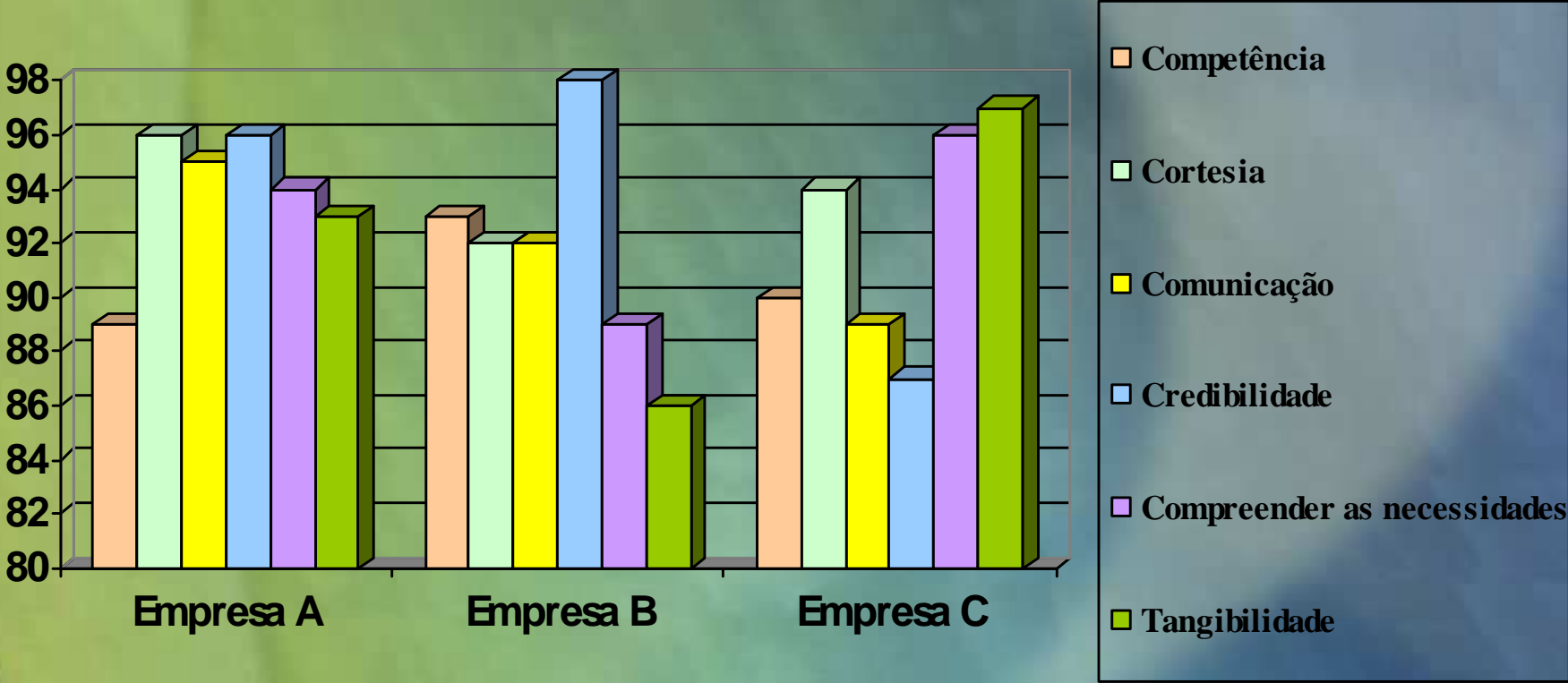
- Empresa A - transporte turístico por escunas
- Empresa B - transporte regular
- Empresa C - transporte turístico por grandes embarcações (cruzeiros)

- **Confiabilidade:**

- Empresa A - 68%
- Empresa B - 89%
- Empresa C - 83%

- Rapidez de resposta - 80% reprovação
- Acesso - 90% (difícil acesso)
- Segurança - 70% reprovação

Fatores de Determinação da Qualidade



Conclusões

- Trabalho ainda não apresenta uma conclusão definitiva, sendo necessária a análise de outras empresas para que se possa apresentar um diagnóstico mais preciso e detalhado do mesmo.
- Esses estudos estão sendo conduzidos atualmente na pesquisa de dissertação de mestrado em Engenharia de Transportes, da COPPE/UFRJ.