

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE LINS PROF. ANTÔNIO SEABRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

LETÍCIA DE ASSUNÇÃO CORNÉLIO IBIDE
RAFAEL HENRIQUE DA SILVA MOREIRA

**ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA MOVIMENTAÇÃO DE
PESSOAS PARA O TURISMO EM UMA CIDADE DO INTERIOR PAULISTA**

LINS/SP
2º SEMESTRE/2021

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE LINS PROF. ANTÔNIO SEABRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

LETÍCIA DE ASSUNÇÃO CORNÉLIO IBIDE
RAFAEL HENRIQUE DA SILVA MOREIRA

**ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA MOVIMENTAÇÃO DE
PESSOAS PARA O TURISMO EM UMA CIDADE DO INTERIOR PAULISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Tecnologia de Lins Prof. Antônio Seabra
para obtenção do Título de Tecnólogo(a) em Logística.

Orientador: Prof. Me. Sílvio Ribeiro

**LETÍCIA DE ASSUNÇÃO CORNÉLIO IBIDE
RAFAEL HENRIQUE DA SILVA MOREIRA**

**ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA MOVIMENTAÇÃO DE PESSOAS
PARA O TURISMO EM UMA CIDADE DO INTERIOR PAULISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Tecnologia de Lins Prof. Antônio Seabra,
como parte dos requisitos necessários para a obtenção do
título de Tecnólogo(a) em Logística sob orientação do
Prof. Me. Sílvio Ribeiro.

Data de aprovação: 24/11/2021

Orientador Me. Sílvio Ribeiro

Examinador 1 Luiz Antônio Cabañas

Examinador 2 Juliano Munhoz Beltani

SUMÁRIO

RESUMO	4
ABSTRACT	4
INTRODUÇÃO	5
1 LOGÍSTICA	5
1.1 HISTÓRIA E EVOLUÇÃO DA LOGÍSTICA	5
1.2 CENÁRIO DA LOGÍSTICA NO BRASIL	7
1.3 LOGÍSTICA DE TRANSPORTE	8
1.4 MOBILIDADE DE PESSOAS	9
2 TURISMO	10
2.1 LOGÍSTICA NO TURISMO	12
2.2 PRODUTO TURÍSTICO	12
2.3 SERVIÇO TURÍSTICO	14
2.4 MOBILIDADE TURÍSTICA	15
3 METODOLOGIA	16
4 ESTUDO DE CASO	17
CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	19
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO MOVIMENTAÇÃO TURÍSTICA	22

ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA MOVIMENTAÇÃO DE PESSOAS PARA O TURISMO EM UMA CIDADE DO INTERIOR PAULISTA

Letícia de Assunção Cornélio Ibide¹, Rafael Henrique da Silva Moreira²
Me. Sílvia Ribeiro³

^{1,2}Acadêmicos do Curso de Tecnologia em Logística da Faculdade de Tecnologia de Lins
Prof. Antônio Seabra – Fatec, Lins – SP, Brasil

³Docente do Curso de Tecnologia em Logística da Faculdade de Tecnologia De Lins Prof.
Antônio Seabra – Fatec, Lins – SP, Brasil

RESUMO

A logística é essencial para que os consumidores recebam os seus produtos e serviços no tempo certo e com o menor custo possível sempre preservando a integridade humana e ambiental. O turismo é o deslocamento de pessoas que saem de suas casas e se movimentam até determinada região por um dia ou por mais de um dia, com motivos não econômicos. Esse deslocamento é possível por intermédio da mobilidade de pessoas, que ocorre devido a um conjunto de fatores, transporte, ruas e vias, sinalização, informação, leis e acessibilidade. A mobilidade turística visa fazer o turista se deslocar da maneira mais eficiente possível, almejando sempre a sua satisfação. O presente artigo aborda a movimentação de pessoas no turismo e a metodologia usada foi um estudo de caso único descritivo, com abordagem quantitativa exploratória. O objetivo deste trabalho é verificar a mobilidade de pessoas em relação ao turismo, usando os aspectos de movimentação de pessoas e como eles podem contribuir para uma melhor mobilidade turística, percebe-se que isso foi alcançado uma vez que o resultado mostrou que para ter uma boa movimentação turística é preciso acessibilidade, segurança e agilidade para um fácil acesso aos atrativos, produtos e serviços turísticos.

Palavras-chave: Mobilidade Turística. Movimentação de Pessoas. Turismo.

ABSTRACT

Logistics is essential for consumers to receive their products and services on time and at the lowest possible cost while preserving human and environmental integrity. Tourism is the displacement of people who leave their homes and move to a certain region for a day or more than a day, for non-economic reasons. This displacement is possible through the mobility of people, which occurs due to a set of factors, transportation, streets and roads, signage, information, laws, and accessibility. The tourist mobility aims to make the tourist dislocate in the most efficient way possible, always aiming at satisfaction. This paper deals with the movement of people in tourism and the methodology used was a descriptive single case study, with a quantitative exploratory approach. The objective of this work is verify the mobility of people in relation to tourism, using the aspects of people's movement and how they can contribute to a better tourist mobility, it can be seen that this was achieved once the result showed that to have a good tourist movement it's necessary to have accessibility, safety and agility for an easy access to the attractions, products and tourist services.

Keywords: Tourist Mobility. Movement of People. Tourism.

INTRODUÇÃO

A logística tem o intuito de diminuir o tempo de demanda e produção para que os consumidores tenham seus bens e serviços quando e onde quiserem preservando a integridade humana e ambiental (PEREIRA; SILVA, 2017).

Poder ser entendido como turismo todo deslocamento humano que fique fora de uma residência em determinada região por mais de um dia e com motivos não econômicos. Dentro do turismo existem serviços e produtos turísticos, sendo o primeiro intangível oferecendo um serviço específico com ou sem estrutura física; já o segundo é um conjunto de bens e serviços ligados as atividades turísticas.

Onmobi (2019), expõe que mover-se é a possibilidade de ir e vir de lugares, desse modo tudo o que se refere a movimentação de pessoas, transporte, vias, ruas, sinalização, leis e acessibilidade deve ser estudado para fornecer uma movimentação inteligente e acessível. A mobilidade turística é a mobilidade usada no turismo que impulsiona as pessoas em atividades diárias para se divertir e conhecer lugares novos, sendo assim, a mobilidade turística tem o objetivo de fazer o turista se deslocar da melhor forma possível visando a sua satisfação em diferentes territórios. Se isso não ocorre de maneira apropriada a viagem é diretamente afetada e a satisfação reduzida.

A logística aplica-se no turismo através das ferramentas estratégicas que impulsionam a economia do país gerando competitividade, ou seja, os produtos e serviços turísticos que são consumidos pelos turistas em lugares diferentes. Esse deslocamento de pessoas para experimentar atrativos novos gera mobilidade turística que deve ser estruturada de maneira acessível e ágil afim de satisfazer o turista.

O presente trabalho justifica-se no fato de que os turistas desconhecem as suas disponibilidades de locomoção para chegar aos pontos turísticos, hotéis, restaurantes e afins quando ingressam no destino final, acarretando um mal aproveitamento das atividades turísticas. Neste contexto, os aspectos da mobilidade de pessoas voltado para o turismo tem sido pouco estudado, por isso é fundamental compreender como eles podem contribuir/auxiliar para uma melhor mobilidade turística.

Assim, o objetivo deste artigo é verificar a mobilidade de pessoas em relação ao turismo. A metodologia utilizada para atingir tal objetivo foi a de um estudo de caso único com abordagem quantitativa exploratória e de caráter descritivo, onde o resultado alcançado deixa claro que para ter uma boa movimentação turística é necessário ter acessibilidade, segurança e agilidade, possibilitando o fácil acesso aos atrativos turísticos, o que consequentemente contentaria as necessidades dos turistas.

1 LOGÍSTICA

A logística é um assunto de extrema importância. Os clientes não residem próximos de onde os bens, serviços e produtos se encontram e este é o problema enfrentado pela logística, diminuir o tempo de demanda e produção para que os consumidores tenham os bens e serviços quando e onde quiserem (PEREIRA; SILVA, 2017).

Logística é definida como a colocação do produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, no prazo certo, com a qualidade certa, com a documentação certa, ao custo certo, sendo produzido ao menor custo, da melhor forma, e deslocado mais rapidamente, agregando valor ao produto e dando resultados positivos aos acionistas e aos clientes. Tudo isso respeitando a integridade humana de empregados, de fornecedores e de clientes e a preservação do meio ambiente (ROSA, 2011, p. 16).

1.1 HISTÓRIA E EVOLUÇÃO DA LOGÍSTICA

Desde muito tempo a logística era utilizada nos meios militares para tramar guerras longas e distantes, por isso era necessário estar constantemente deslocando recursos, materiais, tropas, armamentos e carros de guerra. O planejamento e organização das tarefas logísticas nesse tempo envolviam a organização de rotas para transportar água potável, armazenar e distribuir equipamentos e suprimentos (NÓBREGA, 2010).

Segundo EGN (1997), Napoleão não fora um grande visionário que deu origem as operações logísticas no campo de batalha, mas teve dois grandes fatores ao seu favor, como a Revolução Industrial e o fato de não poupar seus exércitos do combate lutando para atingir os seus objetivos (ARBACHE et al., 2011).

ENG (1997) ainda conta, que Napoleão era plebeu e não usava seus exércitos apenas para pressão política evitando o combate como era corrente naquela época, mesmo depois que todas as estratégias por meios diplomáticos falhavam, Napoleão movimentava suas tropas para o campo de batalha. A tradição da época ditava que os generais procurassem o melhor posicionamento para as tropas, como por exemplo, arqueiros em lugares altos, estratégicos etc. Em sequência existia a regra de enviar os mensageiros aos comandantes de tropas rivais para tentar obter uma rendição sem luta (ARBACHE et al., 2011).

O divisor de águas fora a Segunda Guerra Mundial, pois nasceu a logística como ciência e estudo devido as guerras travadas necessitarem de ações rápidas, como matéria-prima no lugar certo e no tempo certo (PAURA, 2012).

A logística militar tornou-se essencial depois disso, por exemplo, o conflito entre Grã-Bretanha e Alemanha exigia esforço logístico para apoiar as tropas combatentes em frentes da África e na França ainda na defesa do território da Inglaterra (ARBACHE et al., 2011).

Ao fim da II Guerra Mundial as empresas notaram a grande importância de ter um departamento para tratar da logística onde a demanda crescia exponencialmente e os consumidores se tornavam mais exigentes. Nóbrega (2010) ainda destaca que a partir das décadas de cinquenta e sessenta as empresas começaram a se preocupar com a satisfação dos seus clientes fazendo-se surgir a logística empresarial gerada por novas atitudes por parte dos consumidores.

Os anos 60 dá início ao conceito do MRP (*Material Requirements Planning*) ou Planejamento das necessidades materiais, que surgiu por necessidade dos gestores de fazer o planejamento correto da cadeia de produtos otimizando o tempo e os custos, além de possibilitar o desenvolvimento de um sistema de controle de inventário e produção (HOINASKI, 2019).

De acordo com Cavalcante et al. (2019), a segunda crise do petróleo ocorreu na década de setenta prejudicando o transporte e meios produtivos fazendo as empresas mudarem suas prioridades de atendimento e demanda, e passarem a olhar outras questões como, manutenção e suprimento fazendo surgir os profissionais especializados na gerência de matéria-prima. Nesta mesma época Novaes (2001) conta que houve muitas melhorias no fluxo logístico da multimodalidade de transporte, combinando o transporte aéreo, marítimo e rodoviário fazendo com que as empresas conseguissem reduzir seus gastos (CAVALCANTE et al., 2019).

Os processos dentro das empresas se tornaram mais ágeis a partir dos anos 80, pois houve um avanço considerável da tecnologia e o foco estava voltado nos métodos, modalidades de transportes e armazenagem (CAVALCANTE et al., 2019).

Segundo Cavalcante et al. (2019), nos anos noventa iniciou-se o conhecimento científico que estudava as relações, os movimentos e dispersões na administração de matérias, movimentação e armazenagem dentro das indústrias. Nos dias de hoje o foco se encontra no controle, planejamento, serviço ao cliente, dinheiro e na tecnologia voltada para a informação.

Com os anos 2000 veio a conscientização da globalização dando surgimento a preocupação e supervisão do pós-venda nas empresas, a tão chamada Logística Reversa,

onde é retirado ou coletado os produtos, embalagens e outros materiais novos ou usados do seu ponto de consumo até a origem inicial (NÓBREGA, 2010).

É importante notar que os conceitos de logística já existiam, não foram descobertos ou criados nas épocas anteriores, sempre foi usado com objetivo de serem percebidos e a cada ano que passa as técnicas dessa área são aprimoradas e melhoradas para um melhor aproveitamento nas organizações (PAURA, 2012).

1.2 CENÁRIO DA LOGÍSTICA NO BRASIL

As empresas brasileiras ainda estão andando muito lentamente em relação à logística, mas a economia global vem sendo determinante para melhorar a velocidade que as empresas usam a logística no país. Várias organizações ainda estão na fase um da logística, outras já conseguiram progredir para a dois e buscando entrar na fase três, a quarta fase onde a empresa já tem controle absoluto sobre o processo logístico, a grande minoria conseguiu adentrar. Mas se comparado com os Estados Unidos onde a logística é conhecida há muito mais tempo, muitas empresas deste país ainda estão na fase dois e três (NOVAES, 2007).

“A clássica divisão da empresa em setores girando em torno de atividades afins (manufatura, finanças, vendas, marketing, transporte e armazenagem) não permite o tratamento sistêmico e por processo das operações logísticas” (NOVAES, 2007, p. 55).

A falta de estrutura organizacional nas empresas brasileiras prejudica o avanço do segmento no país, onde muitas vezes o gerente de um setor é realocado para gerente logístico, sem conhecimento ou experiência na área, com isso não agrega em melhorar a logística da empresa, mas sim acaba apenas ocupando um cargo sem fornecer melhorias e desenvolvimento de ferramentas para melhorar o processo. Por outras vezes empresas buscam profissionais capacitados no mercado com grande conhecimento, mas o setor logístico não é levado tão em conta quanto os outros, sendo assim deixado de lado com falta de ferramentas necessárias como tecnologia para o profissional fazer seu trabalho (NOVAES, 2007).

É comum no Brasil as empresas, em vez de terem uma estrutura planejada, vão no caminho contrário do improvisado ficando com resultados medianos e não alcançando o resultado esperado no final (NOVAES, 2007).

“Não é incomum ver diretores de empresas comprarem softwares de roteirização de veículos achando que somente com isso, vão resolver os problemas logísticos da firma” (NOVAES, 2007, p. 56).

A falta de investimento em mapas digitalizados também é um fator negativo para o avanço logístico no país. Existem muito poucos que são confiáveis diferentemente dos Estados Unidos onde é comum se ter esse tipo de serviço com confiabilidade. O custo elevado faz com que os órgãos públicos não invistam para atualizar esse problema, com isso fornecem as informações de dados de forma incompleta e não confiável com mapas antigos e desatualizados (NOVAES, 2007).

Outro fator que influencia negativamente o avanço do segmento é a inflação que por anos elevada dificultava o investimento das empresas onde seus gestores tinham que muitas vezes tirar dinheiro de um canto para colocar em outro, para que a empresa passasse por aquele momento e pudesse seguir firme no mercado. Nos dias de hoje os respingos da inflação ainda afetam a economia que cresce lentamente, influenciando diretamente as empresas, ainda mais as de pequeno porte, com isso menos investimentos são feitos para melhoria logística, pois as empresas optam por investir em setores que consideram mais fundamentais (NOVAES, 2007).

Se não bastasse a economia ruim, inflação elevada e falta de investimento dos órgãos públicos, muitas vezes a briga desleal das empresas no preparo para atender da melhor maneira seu cliente contra outra que não tem nenhum preparo, mas cobra frete mais

baixo do que o valor de mercado acaba ganhando a disputa, e com isso a empresa que busca por inovação e melhoria se prejudica por não conseguir ganhar fretes com preço mais elevado (NOVAES, 2007).

1.3 LOGÍSTICA DE TRANSPORTE

O transporte é responsável por levar o produto da sua origem até seu destino com um papel fundamental na cadeia de suprimentos já que grande parte deste produto é feito em um local, mas consumido em outro, é raro quando tudo acontece no mesmo lugar (CHOPRA; MEINDL, 2003).

As empresas atuais não conseguem produzir sem utilizar os meios de movimentação para movimentar seus produtos, tanto acabados quanto matéria prima, até a entrega para seu consumidor final, por isso é fundamental o transporte na vida de uma empresa moderna. Os modais utilizados no Brasil são o Rodoviário, Ferroviário, Hidroviário, Aeroviário e Dutoviário, esses meios movimentam matéria prima, produtos acabados e pessoas (POZO, 2010).

“À medida que o transporte fica mais barato e de fácil acesso, contribui para aumentar a competição no mercado, garantir a economia de escala e reduzir os preços das mercadorias” (POZO, 2010, p.161).

No transporte se apresenta a economia de escala e distância, a escala é a diminuição do peso que cada unidade tem na economia de custo quando a carga é completa em relação a uma carga fracionada, então quanto maior a quantidade da carga menor seu custo. Já a distância se dá pela diminuição no transporte, quanto maior sua distância percorrida menor seu custo será, por exemplo, uma viagem de 800 quilômetros tem o custo menor do que duas viagens de 400 quilômetros quando em ambos os exemplos se tem o mesmo peso por carga. Esses dois princípios são de extrema importância na hora de se avaliar as práticas operacionais ou alternativas estratégicas no transporte (BOWERSOX; CLOSS, 2001).

Algumas empresas de transportes usam esses princípios para analisar qual o melhor segmento, por exemplo, fazer só cargas completas ou fracionadas, tudo isso levando em conta fatores determinantes como que produto vai ser transportado, se o mesmo precisa ser refrigerado, qual a capacidade de peso dos caminhões e que tipo de cliente a empresa busca para trabalhar. Tudo isso é fundamental para o melhor resultado, assim a empresa tem a diminuição nos custos e a qualidade no serviço para seus clientes (BOWERSOX; CLOSS, 2001).

Existem cinco modais de transportes já falados anteriormente, são eles, Rodoviário, Ferroviário, Aéreo, Dutoviário e o Aquaviário, cada um desses modais tem seu custo, uns mais elevados e outros mais baixos (FLEURY et al., 2000).

Fleury et al. (2000) classifica os modais pelos seus custos, o Rodoviário tem baixo custo fixo e médio custo variável, o Ferroviário é alto custo fixo e baixo custo variável, o Aquaviário tem custo fixo médio e custo variável baixo, o Dutoviário tem custo fixo elevado e custo variável baixo, por fim o Aeroviário tem custo elevado em ambos.

“O modal de transporte ferroviário é aquele realizado através de ferrovias, por vagões, que podem ser fechados, ter plataformas, entre outros” (DIAS, 1993, p. 347).

Quando começou a construção das ferrovias, esse meio de transporte era o mais utilizado no Brasil, por conta do seu custo baixo e grande quantidade de carga em longas distâncias, mas com o passar do tempo rodoviárias começaram a serem construídas e então o modal ferroviário deixou de ser o mais utilizado, acabando por certo ponto deixado de lado (RODRIGUES, 2003).

Para ser viável a distância mínima percorrida deve ser de 500 km e como já dito acima com grande quantidade de carga, com isso pode se afirmar que é um excelente modal para grandes cargas. Suas vantagens são carregar grandes quantidades, frete

proporcionalmente baixo em relação a quantidade de peso levada e baixo consumo energético. Suas desvantagens são o tempo demorado da viagem, a difícil flexibilidade de rotas, o custo elevado quando se tem transbordos, o desmonte de trechos e a falta de investimento no setor dificulta a maior utilização do modal (RODRIGUES, 2003).

O modal aéreo é apresentado por três tipos de serviços, são eles, regulares, regionais e gerais que são regulamentados pela Agência Nacional de Aviação Civil (RODRIGUES, 2003).

O custo alto faz desse modal absurdamente caro comparado aos outros como, por exemplo, é duas vezes mais caro o valor de frete do que o rodoviário e dezesseis vezes mais caro em relação ao ferroviário, outro fator negativo é a falta de aeronaves com modelos disponíveis que possam suportar qualquer tipo de carga. Sua vantagem é sua velocidade comparado aos outros, por muitas vezes apenas com o modal aéreo é possível levar determinado tipo de carga devido a sua velocidade (BALLOU, 2001).

Rodrigues (2003) define que o modal de transporte aquaviário é aquele realizado pelos rios, lagos, mares e oceanos através de embarcações, ele é considerado o mais lento de todos os modais. Ainda de acordo com o autor este modal é dividido em:

- a) Fluvial - navegação feita em rios e lagos;
- b) Marítimo – navegação através de mares e oceanos;
- c) Cabotagem – navegação ao longo da costa brasileira.

O transporte rodoviário é feito através de rodovias no Brasil e é o mais utilizado por sua facilidade de acesso com o serviço que sai de um destino, e entregando na porta do cliente final. As empresas que utilizam o modal rodoviário conseguem rastrear suas cargas e um fator importante é a sua flexibilidade em poder levar cargas de vários tipos diferentes (BOWERSOX; CLOSS, 2001).

Para Rodrigues (2003) o modal é um dos mais simples e eficientes entre todos os outros citados, a única exigência dele é a existência de rodovias no país.

Se comparado ao ferroviário os transportes rodoviários precisam de investimentos pequenos nos terminais de rodovias com manutenção pública, mesmo com custos altos, as despesas estão mais relacionadas com a quilometragem percorrida e o próprio veículo. Um ponto negativo é a necessidade de mão de obra grande devido as restrições de segurança dos motoristas e a necessidade de muita manutenção por parte do mesmo (BOWERSOX; CLOSS, 2001).

1.4 MOBILIDADE DE PESSOAS

Mobilidade distingue-se do que é móvel, ou seja, é mover a si mesmo ou algo, é a possibilidade de ir e vir de locais (FRANÇA JUNIOR, 2014).

De acordo com Viard (2011), mobilidade passa a ser uma nova lógica no estudo do deslocamento de pessoas com uma nova percepção de trajeto dentro do espaço, onde não necessariamente parte somente de onde se vem, pois pode-se passar e voltar novamente sem parada (FRANÇA JUNIOR, 2014).

A partir desse conceito tudo o que se refere a movimentação humana, como os modais de transporte, vias, ruas, sinalização, as leis, acessibilidade entre outros, deve ser pensado com o objetivo de fornecer um deslocamento mais inteligente e seguro para a população (ONMOBI, 2019).

COCCO (2011) fala que para existir o deslocamento é preciso que haja acessibilidade, ou seja, é necessário ter uma facilidade de atingir o destino pretendido (TOSTA; KUNZ, 2014).

Allis (2010) e Lohmann (2013) sugerem que a acessibilidade proporciona uma mobilidade que necessita de investimento em infraestrutura, como por exemplo, o

transporte público e suas estruturas, e os espaços que há um crescimento de atividades humanas. Quanto mais acessível esses meios e ao acesso fácil a um transporte ágil e eficiente, melhor será a movimentação de pessoas, informações e bens (FRANÇA JUNIOR, 2014).

Gutiérrez (2002) introduz um novo conceito sobre o deslocamento de pessoas voltado a tempo e distância, que permite uma perspectiva mais aprimorada das dinâmicas de movimentação entre o ponto de origem e o destino final. Nessa linha a movimentação inclui a construção de um sistema que garanta o fácil acesso físico dos espaços geográficos, ou seja, um sistema estruturado que entenda os vários modos de transporte, que nada mais é do que um modo de chegar ao destino pretendido (FRANÇA JUNIOR 2014).

Na literatura a logística possui três grandes movimentações, embora a mesma foque mais no fluxo de produtos. O primeiro é o fluxo de matéria-prima ou produtos, no qual já tem um conhecimento mais avançado. O segundo é o fluxo de informações que está ganhando força a cada ano, e por último existe o fluxo de pessoas que também ganha mais relevância no meio logístico. A ausência de possibilidades de uma boa movimentação impacta na qualidade de vida e no tempo das pessoas (MEIRIM, 2020).

A movimentação de materiais dentro da logística visa uma arrumação lógica dos itens e das técnicas em busca de uma otimização melhor, e maior produtividade. Meirim (2020) cita que na movimentação de pessoas não é diferente, pois estabelecer um melhor fluxo de pessoas é a base para um deslocamento perfeito. Na logística de mobilidade de pessoas, o produto se torna o destino, os componentes o transporte e toda a infraestrutura enfrentada durante o deslocamento, por fim o material se torna a própria pessoa em si.

Telles (2005) diz, que estudar a mobilidade é colocar na representação de fluxos os meios de ir e vir de um lugar para o outro, saber o que irá fazer e quais os motivos (FRANÇA JUNIOR, 2014).

2 TURISMO

O turismo está se tornando uma composição importante para a economia global com a modernização do mundo e surgimento de cada vez mais tecnologia, como aviões mais rápidos que te levam de um ponto a outro do mundo em algumas horas, facilitando muito para que as pessoas conheçam lugares que sempre sonharam passar suas férias. No trabalho uma empresa pode mandar um colaborador para conhecer outra unidade de suas franquias em algumas horas, hoje é comum ganhar milhas aéreas que se tornam um incentivo para as pessoas viajarem, outros fatores são determinantes para a contribuição do turismo na economia global (SEBRAE, 2010).

Como visto acima hoje é fácil e rápido o deslocamento humano, mas nem sempre foi assim. Boiteux e Werner (2009) falam que os primeiros relatos de grandes deslocamentos da humanidade se deram com os babilônios 4.000 A.C. com a vontade do homem de buscar novos lugares e de explorar o novo. Logo depois no antigo Egito por volta de 3.000 A.C existia o deslocamento de grandes distancias através de embarcações por meio do rio Nilo com cabines confortáveis, de certo modo até luxuosas para o período fazendo com que os governantes da época tivessem uma viagem confortável.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, podemos definir tal atividade como “aquela desenvolvida por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano para fins de ócio, negócios ou outros”. A OMT ainda se refere que “todo deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivado por questões não-econômicas, pode ser entendido como turismo” (BOITEUX; WERNER, 2009 p, 4).

Através dos avanços da medicina diferentemente da época de nossos avós a média de idade hoje é de 80 anos, são mais de 700 mil horas de vida levando em conta que se trabalha 10% dessas horas, hoje vivemos mais e trabalhamos menos, com isso sobra mais tempo para o lazer. O turismo é o mais beneficiado com as viagens que são possíveis por mais tempo livre das pessoas (BOITEUX; WERNER, 2009).

Pontos de marcas consolidadas mundialmente também ajudam no turismo, hoje em dia em qualquer lugar do mundo com raras exceções se tem *Coca Cola* e *MC Donalds*, com isso as diferentes culturas de países se juntam nesses momentos. Hoje é comum um turista comer um hambúrguer na França ou um *Planet Hollywood* na Ásia, devido a isso as pessoas não se sentem completas desconhecidas do país que ela está visitando (BOITEUX; WERNER, 2009).

Mais tempo para se viver, menos tempo de trabalho, a vontade de conhecer outros lugares, a facilidade de locomoção das pessoas, apesar de tudo isso, o fator fundamental que vai fazer as pessoas viajarem é o dinheiro, então a vida financeira tem que estar de acordo com a realidade de cada pessoa para que assim elas aproveitem cada momento possível de lazer (BOITEUX; WERNER, 2009).

Na década de 1970 se deu a primeira tentativa de expansão do turismo no Brasil. Os problemas vividos na época decorrente da ditadura militar, os tecno burocratas com suas panaceias decidiram fazer do turismo nacional uma forma de solucionar os problemas do país. O entusiasmo tomou conta da época, um marketing agressivo foi implantado, financiamentos para redes de hotéis e cursos disponíveis voltados para a área foram realizados. Apesar de todo esse esforço a tentativa foi um fracasso, a crise do petróleo e o aumento da dívida se deram nas altas dos preços com o aumento da inflação, isso freou o desenvolvimento, no entanto, outro fator determinante era que a expansão ocorreu para tentar resolver problemas da ditadura mal elaborados, e com isso não se cumpriu os padrões internacionais de qualidade (NETTO; TRIGO, 2009).

Durante 15 anos, de 1975 a meados de 1990 por decorrentes crises econômicas e a inflação fora de controle, o turismo ficou parado no tempo. Por volta do ano de 1995 ainda era precária a infraestrutura oferecida para os turistas, o setor era de péssima qualidade e era gerido de forma amadora. A segunda tentativa de expansão foi no governo de Fernando Henrique Cardoso, dessa vez uma luz no final do túnel parecia possível, o turismo ganhou força melhorando o planejamento e se firmando com o seu sucessor, o presidente Lula que criou o Ministério do Turismo e novas políticas para o segmento (NETTO; TRIGO, 2009).

Apesar da visível melhoria do turismo no país de 1995 a 2002 comparado com países de primeiro mundo, a falta de investimento ainda era um fator fundamental para a distância da infraestrutura. Mesmo não sendo tão qualificado quanto outros países o crescimento no setor gerou investimento nacional e internacional, dinheiro esse que foi investido em hotéis, lazer e entretenimento. A reforma das rodovias pelas empresas privadas que elas mesmas geriam, também ajudou no processo, com o setor aquecido uma busca por cursos voltadas ao turismo começou no país (NETTO; TRIGO, 2009).

Nesses anos da segunda expansão crises econômicas abalaram o mundo, atentados terroristas como o 11 de setembro nos Estados Unidos, tiveram impacto na economia mundial com uma possível guerra entre Estados Unidos e terroristas Iraquianos que abalaram a economia, e consequentemente o Brasil fazendo com que isso brecasse o crescimento do segmento turístico no país (NETTO; TRIGO, 2009).

Os planos nacionais de turismo 2003-2007 e 2007-2010 consideraram essa realidade e pensaram em investimentos sociais, ao lado dos investimentos ligados à infraestrutura, financiamento de projetos públicos e particulares. A nova gestão na EMBRATUR, sob responsabilidade inicial de Eduardo Sanovicz, trabalhou a imagem do Brasil no exterior por meio do Plano Aquarela e traçou estratégias de sucesso para atrair eventos e viagens de negócios. O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) do Governo FHC foi substituído pelo Programa de Regionalização do Turismo do Governo Lula. Ainda é cedo para analisar os

resultados da regionalização do turismo – que foi um processo natural e demonstra o avanço da importância da temática do turismo no País (NETTO; TRIGO, 2009, p. 59).

2.1 LOGÍSTICA NO TURISMO

Como já dito anteriormente a logística tem enfoque em dar aos clientes o que eles precisam, com o menor custo possível, com a maior qualidade e no momento exato em que eles necessitam. Pozo (2001) diz que atualmente a logística é considerada perfeita quando há o conjunto da administração de materiais, distribuição física de produtos e a satisfação dos clientes com o serviço ofertado (MOURA, 2008).

A logística passou a ser de extrema importância já que ao longo dos anos proporcionou ganhos significativos para o mercado e também para o setor de turismo, por isso a mesma passou a ser um objeto de estudo para aqueles que querem entender como a sua funcionalidade ajuda no crescimento turístico (MOURA, 2008).

O Embratur (2008) fala que o setor turístico é um dos principais geradores de empregos, circulação de renda e de inclusão social do país. Desse modo a logística é aplicada no turismo através das ferramentas estratégicas que geram competitividade e aumentam a economia (SILVA, 2014).

A evolução de fatores básicos como, a informática, instalações físicas, hospedagem, lazer, desenvolvimento dos transportes, cadeia de suprimentos e abastecimento, foram essenciais para ampliação do setor de turismo (SILVA, 2014).

O processo logístico aplicado a tecnologia usa a internet como ferramenta para realizar compras, pagamentos, rastreamento de produtos e afins. Esse processo aplicado ao turismo é semelhante na hora de realizar uma compra de passagens, o uso do TI aplicado a rede de hotelaria visa um acesso fácil a informação aos seus hóspedes, os sistemas de controle de *check-in* e *check-out* etc. Ter um bom aproveitamento de lugares e comida é tudo graças as técnicas de comunicação e informação (MACHADO, 2005).

A logística de prestação de serviço turístico tem função na determinação do nível de serviço prestado, pois a sua atribuição é toda a gestão de fluxo de informações e expedição. O transporte é um elemento de extrema importância logística porque leva o consumidor para perto do produto, este sendo o turismo (MOURA, 2008).

O desenvolvimento dos meios de transporte cresceu a partir dos anos, seja para transporte de pessoas ou para transporte de insumos e mercadorias, os seus modais cada um com suas vantagens e desvantagens proporcionam opções infinitas para quem quer se locomover. No turismo a escolha de transporte são várias, a decisão de optar pelo melhor meio de transporte é baseado no sentimento pessoal, e com a distância entre a origem e o destino, tudo isso levando em conta o tempo para chegar lá (MACHADO, 2005).

A gestão logística trata também do fluxo de produtos acompanhando a cadeia de valor que fornece a matéria-prima diretamente para produzir, até o cliente final. No modelo da cadeia de valor tradicional adotada pelo mercado, os canais de distribuição são representados pelos atacadistas, varejistas e consumidor, então adequando isso ao turismo as operadoras turísticas seriam os atacadistas, as agências de viagens seriam representadas pelos varejistas e os turistas pelo consumidor (MOURA, 2008).

De acordo com Marin (2004) um dos principais canais de distribuição no setor de turismo são as agências de viagens, ou seja, observa-se que os produtos turísticos (destino) chegam nos consumidores por intermédio desses canais (MOURA, 2008).

Em análise a logística turística engloba serviços e produtos, a cadeia de valor e o uso das informações. Os níveis de serviços englobam produtos intangíveis e o processo de produção se dá ao consumo pelos clientes (SILVA, 2014).

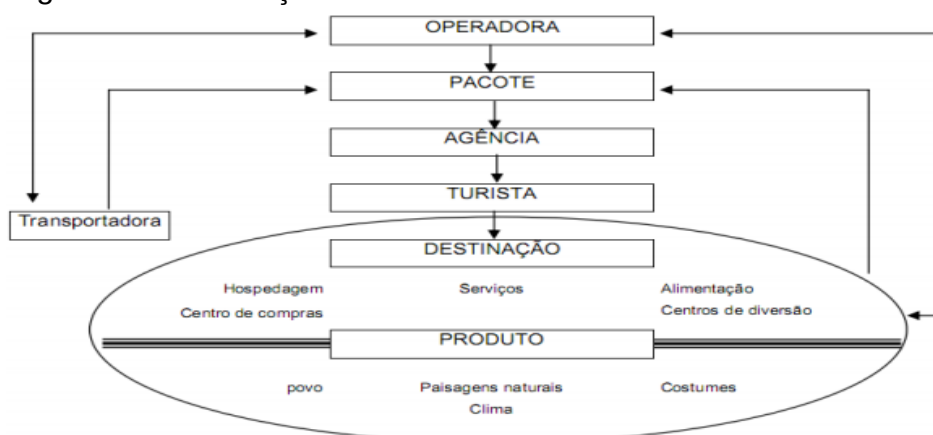
2.2 PRODUTO TURÍSTICO

Lage e Milone (1996) conceituam o produto turístico como um conjunto de bens e serviços ligado a toda a atividade do turismo e composto por acomodação, alimentação, transporte e entretenimento (SILVA, 2014).

Existem características que tornam o produto turístico único em relação aos outros tipos, algumas delas é a sua sazonalidade de distribuir o fluxo de turismo durante o ano, assim é possível ter a perspectiva da alta temporada e da baixa temporada. A alta temporada ou alta estação é quando se atinge o ápice de turistas no ano daquela determinada localidade, com isso a parte financeira de uma cidade, onde a principal renda é o turismo também atinge seu ápice financeiramente, com hotéis cheios, casas alugadas para a temporada, o transporte da cidade trabalhando de forma intensa, restaurantes tomados por turistas e entre outros comércios que ganham força nesse período. O que torna a alta estação de uma cidade é o clima, exemplo, o verão em uma praia ou o frio de uma montanha, outros fatores como férias e feriados também. Salvador em tempo de Carnaval ou Copa Cabana na virada de ano são feriados onde as pessoas buscam o turismo (BOITEUX; WERNER, 2009).

Já na baixa estação ou baixa temporada onde se tem o número reduzido de turistas, uma cidade onde a sua maior fonte de renda vem do turismo, para minimizar o prejuízo os produtos e serviços têm uma elevação nos preços. A sazonalidade da baixa temporada pode ser minimizada com eventos atrativos para aquele período, outro fator negativo é que as empresas se vêm obrigadas a reduzir o seu *staff* operacional e com isso gera um problema social para a cidade. O produto turístico tem data de validade para ser consumido tanto para o consumidor quanto para quem está vendendo o produto. Se o consumidor não aproveitar a alta temporada e decidir ir à baixa irá pagar mais caro pelos serviços daquele período já que para compensar o prejuízo às cidades aumentam seus preços, para quem vende o produto não os vender na alta temporada torna-os mais difíceis de serem vendidos quando a procura é menor. Outro ponto é que uma determinada cidade não pode vender seus produtos separadamente, mas sim de uma maneira conjunta, isso é chamado de marketing integrado, seus pontos naturais, religiosos, turísticos entre outros tem que ser comercializados junto com hotéis, restaurantes e transporte (BOITEUX; WERNER, 2009).

Figura 2.1 - Formação do Produto Turístico



Fonte: Silva, 2014, p. 47.

Como observado na figura acima o turista tem que ter o total atendimento da operadora, a transportadora, o pacote e a agência, esses atendimentos têm sempre que visar o melhor para o bem-estar do cliente, buscando sua segurança e a qualidade nos serviços oferecidos. O produto turístico usa a logística como meio de oferecer o melhor para seus clientes quando se trata de lugar e tempo, com isso eles tem a maior comodidade. Em seguida encontra-se o povo, as paisagens naturais, o clima e os costumes, esses três itens formam a cultura daquela localidade, através dessas informações os responsáveis

pela viagem do turista conseguem entregar o melhor em lazer, comodidade, segurança e adaptação (SILVA, 2014).

Uma característica que torna o produto turístico especial é que ele não é móvel, não se pode levá-lo das cataratas do Iguaçu até São Paulo, então com o deslocamento do consumidor até o local, deve se vender uma imagem do que realmente o turista vai encontrar quando chegar para usufruir (BOITEUX; WERNER, 2009).

A sua materialização se dá através da prestação de serviço. O grande diferencial são os recursos humanos que trabalham nas empresas e que atendem os consumidores. Nunca esquecerei o check-in das Ilhas Maurício, com uma bacia em prata repleta de águas perfumadas ou, ainda, os comissários que se ajoelham na frente dos passageiros, durante o serviço de bordo da THAI (BOITEUX; WERNER, 2009, p. 7).

O produto turístico e o prestador de serviço devem ir além do que o turista está esperando receber, o trabalho deve ter como filosofia baseada superar as expectativas do consumidor (BOITEUX; WERNER, 2009).

2.3 SERVIÇO TURÍSTICO

Para Kotler (2000, p. 448) serviço é todo ato ou desempenho intangível na qual uma parte oferece a outra sem qualquer propriedade de nada e pode ou não estar ligado com um produto concreto. Já para Richers (2000) os serviços estão crescendo devido a informação e são classificados como industriais ou *Business to Business* com produtos só intangíveis (ZAGHENI, 2004).

Os diversos prestadores de serviços podem atender pessoas que viajam em grupo ou sozinhas. A tendência moderna é de os deslocamentos se darem por conta própria, sendo que as viagens podem acontecer dentro do próprio país (turismo nacional ou doméstico) e para outros países (turismo exportativo); o turismo receptivo diz respeito a turistas estrangeiros que chegam nas inúmeras cidades receptoras (BOITEUX; WERNER, 2009, p. 7).

Os serviços turísticos são aqueles prestados para o turismo e vivem especificamente disso e eles podem ser prestados sem uma estrutura, como por exemplo, os guias turísticos e aqueles recepcionistas que utilizam charretes nos parques. Mas também há aqueles com estrutura dentro de um imóvel físico como o serviço de hotelaria (ZAGHENI, 2004).

Silva (2014) contempla que mensurar a qualidade dos serviços que são intangíveis e individuais é difícil, pois é muito complexo sem padronização, mas para se fazer tal coisa primeiro teríamos que identificar o que os consumidores procuram e quais serviços querem, então depois organizar padrões de medida de qualidade. O autor também complementa que a indústria turística é considerada dispersa, pois o turista vem e vai a diferentes destinos necessitando de informações específicas a respeito de cada um deles, por isso os serviços de informações precisam de cuidado especial, pois o turismo é formado por milhares de consumidores.

Segundo Zagheni (2004) devido a satisfação, necessidade, motivação e preferências do turista, os serviços turísticos são classificados em serviços receptivos; serviços de alimentação; serviços de transporte; serviços públicos; e serviços de recreação.

Os serviços receptivos são aqueles responsáveis pelas acomodações dos turistas, como, hotéis ou pousadas. Esse tipo de serviço requer uma qualidade para ser um diferencial competitivo, pois eles oferecem os serviços básicos ao cliente e a primeira impressão é sempre a que fica quando chegamos em tal lugar. Ainda no âmbito receptivo temos os serviços de recreação que corresponde as atividades oferecidas aos clientes para

que os mesmos se descontraíam durante o passeio, uma atividade recreativa seria os museus (SILVA, 2014).

Ainda de acordo com Silva (2014) os serviços de alimentação podem ser considerados os restaurantes, bares e lanchonetes, cada um possuindo suas especialidades e peculiaridades, mas vale lembrar que precisam também conter qualidade e higiene. O autor fala que os serviços de transporte que englobam desde a saída do turista de sua residência até o seu destino final compõem-se de serviços municipais como, táxis, Uber, transporte coletivo, e também os modais já falados anteriormente no primeiro capítulo, seriam eles, Rodoviário, Aéreo, Aquaviário e Ferroviário.

Os serviços públicos são aqueles que fazem toda a administração necessária para suprir as necessidades do local, como por exemplo, os Postos de Informações Turísticas que tem o objetivo de fornecer informações turísticas acerca da região em que ele se encontra (SILVA, 2014). Para Zagheni (2004), devemos acrescentar aos serviços públicos aqueles serviços que todo mundo acha que não está vinculado ao turismo, mas que segundo o autor está, são eles, serviços da área da saúde, segurança, bancários e outros essenciais.

Para esclarecer um pouco a diferença entre o produto turístico e o serviço turísticos, podemos dar um exemplo, de um restaurante composto por comida, bebida e móveis, esse é o produto turístico, já o serviço é tudo o que inclui isso, como a boa música, o ambiente aconchegante e a recepção, mas vale ressaltar que todo serviço necessita de um bom planejamento já que o mercado se faz muito competitivo (SILVA, 2014).

2.4 MOBILIDADE TURÍSTICA

Sheller e Urry (2004) conceitua que mobilidade turística consiste em uma forma de mobilidade, mas que mobilidades diferentes podem ser utilizadas no setor de turismo, então é imprescindível que os lugares se tornem adaptáveis para que o turista chegue com facilidade. Tinhinane e Fouzia (2017) complementam que mobilidade turística é um tipo de mobilidade que une a movimentação e o turismo (SIQUEIRA, 2019).

A mobilidade do turismo é diferente devido as diferentes atividades diárias, como estilo de vida das pessoas, suas finanças, seus comportamentos, sua cultura, valores pessoais, família, classe social e as aspirações de cada turista. Podemos dizer que o turismo é o movimento em que o sujeito, no caso o homem, viaja por diversas razões utilizando a mesma infraestrutura e os mesmos meios de transporte (SIQUEIRA, 2019).

Segundo França Junior (2014) o que impulsiona a mobilidade turística são as pessoas que desejam se divertir, repousar, conhecer lugares novos e as maneiras de viver de outros povos, paisagens, fazer tratamentos, participar de eventos culturais e esportivos, e afins. Siqueira (2019) adiciona que fazer turismo é mobilidade de pessoas, objetos, aviões, malas, plantas, animais, imagens e marcas, porque o turismo engloba também as mobilizações de memória e de performances, de gênero e de raça.

Sem mobilidade não existe o turismo, pois o turismo é deslocamento, mudança de lugar, movimentação de pessoas. Bauman (1999) afirma que no mundo atual o estado de repouso ou imobilidade não faz sentido já que a indústria atual está focada na produção de atrações e tentações para o estimular o consumidor e a movimentação de seres humanos (TOSTA; KUNZ, 2014).

O número de pessoas e lugares que estão inseridos dentro da mobilidade turística é excessivo e os espaços tornam-se cada vez mais organizados através de padrões preestabelecidos que são encontrados em diversos lugares. Nos municípios em que a mobilidade é precária, a mobilidade turística também acaba por ser instável, se a mobilidade não atende os moradores dessa cidade, então isso acaba sendo um obstáculo para os visitantes também (SIQUEIRA, 2019).

A mobilidade deve satisfazer as necessidades do turista que tem o objetivo de se deslocar e conhecer determinada zona urbana ou rural. Sem uma boa mobilidade resultando em um mal aproveitamento a satisfação do visitante é reduzida e consequentemente a experiência da viagem passa a não ser agradável (SIQUEIRA, 2019).

A mobilidade turística envolve o contexto de mobilidade humana ou mobilidade de pessoas que deslocam de um lugar para o outro a fim de chegar ao seu destino, ou ir e vir sem parada nenhuma. O estudo da mobilidade é amplo, pois envolve a construção de um território que não precisa necessariamente estar fixado em um lugar, pode ser uma movimentação temporária aos atrativos turísticos de determinado lugar, como forma de lazer e descanso (FRANÇA JUNIOR, 2014).

A relação de turismo e território apresenta três formas possíveis, território sem turismo, turismo sem território e território turístico. Ainda existem muitos territórios sem turismo, mesmo com as facilidades de acesso e a existência de vários meios de transporte. A segunda forma apresentada consiste em lugares de passagem onde o turista só faz uma parada já que não ocorre em uma real apropriação de espaço. Por fim, existe os territórios criados pelos turistas e retomados pelos operadores turísticos e planejadores de atividade turística (FRANÇA JUNIOR, 2014).

A mobilidade turística está associada aos lugares turísticos, pois esses lugares desencadeiam a circulação de pessoas e cada destino tem as suas possibilidades de acesso. Esse estudo de mobilidade de turistas é relevante para o setor turístico já que a mobilidade tem uma relação mútua com o turismo (TOSTA; KUNZ, 2014).

3 METODOLOGIA

Compreende-se metodologia como o campo que estuda os melhores métodos a serem aplicados ou a descrição de como uma pesquisa será abordada visando suas estratégias e maneiras para ser realizada. Segundo Zanella (2013) a pesquisa almeja a produção de um conhecimento que tem por finalidade buscar as respostas para um problema utilizando de interrogatórios teóricos e práticos. Outra definição para pesquisa é de que a mesma é um procedimento reflexivo, controlado e crítico que nos permite descobrir novos fatos e dados em qualquer campo do conhecimento.

Segundo Silva (2021) dentro da pesquisa científica existem os níveis de estudo que são classificados de acordo com os objetivos da pesquisa, são eles, estudo exploratório que permite ao investigador aumentar a sua experiência sobre o problema proposto; estudo descritivo que objetiva fazer a descrição dos processos de forma certa da realidade; e por fim o estudo explicativo que explica por que tal fenômeno acontece e quais são os fatores que ocasionam para a sua ocorrência.

Este artigo trata-se de uma pesquisa exploratória que busca gerar experiência sobre o tema, onde será analisado a mobilidade de pessoas no turismo e como esse deslocamento coopera para a estadia do turista no destino final. O levantamento dos dados bibliográficos foi realizado através de livros, artigos científicos, monografias e dissertações, e sites confiáveis.

Lazzarini (1995), fala que o estudo de caso é a pesquisa aplicada que avalia e descreve situações em que o elemento humano está presente de forma dinâmica, através disso é possível aprender e compreender determinado assunto. Com um objetivo delimitado, o seu estudo busca organizar os dados de uma determinada unidade escolhida (MARTINS, 2008).

As questões a serem respondidas segundo Yin (2001) no estudo de caso tem como principal foco responder o “como” ou o “por que” assim o pesquisador busca explicar o assunto determinado de forma objetiva para facilitar o entendimento do tema mesmo sendo um assunto complexo (MARTINS, 2008).

A pesquisa deste artigo também é descritiva, pois apresenta os aspectos de movimentação de pessoas e como isso contribui para uma boa mobilidade turística. Essas informações serão levantadas através do estudo de caso único com abordagem quantitativa. Silva (2021) diz que uma pesquisa quantitativa busca a quantificação da coleta de dados por meios estatísticos, enquanto a qualitativa visa a busca pelos dados qualificáveis a partir de diversos atores sociais, não buscando técnicas.

Martins (2008) fala que dentro do grupo único o enfoque é incorporado e holístico, este ocorre quando o pesquisador representa o caso decisivo para testar uma teoria bem formulada para confirmar a teoria ou ir contra a mesma. Ainda segundo o autor, nos casos múltiplos o enfoque deve seguir a lógica de repetição e não a da amostragem, e os casos múltiplos tendem a ser mais convincentes.

4 ESTUDO DE CASO

O seguinte capítulo aborda acerca da movimentação de pessoas no turismo, onde é realizado um estudo de caso único envolvendo o Posto de Informações Turísticas, no qual foi autorizado pelo responsável do local, e no Terminal Rodoviário, ambos localizados em uma cidade do interior paulista. O Posto de Informações Turísticas fornece informações e instruções sobre o turismo para pessoas procurando por este tipo de serviço, essas informações (hospedagem, meios de transporte, localização de pontos turísticos, comércio, restaurantes e afins) colaboram para que haja locomoção de pessoas e por seguinte movimentação turística.

O questionário foi aplicado através de entrevista com o turista que deseja orientações e que também se encontram estacados na Rodoviária, que é conhecida por concentrar um fluxo intenso de pessoas de outras cidades e estados. Foram entrevistadas por quinze dias cerca de cinquenta pessoas, dividindo esse número entre PIT (com cerca de trinta entrevistados) e Terminal Rodoviário (com cerca de vinte entrevistados); acrescentando que em média são atendidas por mês cerca de oitenta pessoas através do Posto de Informações. A pesquisa encontra-se no Apêndice A e através dela foi possível desenvolver o estudo de caso em questão.

Ao fazer a aplicação do questionário, inicialmente os entrevistados foram questionados a respeito de um mapa turístico da cidade, considera-se excelente ter o mapa da cidade que ajudaria a encontrar os pontos turísticos. Dentro deste mapa deveria conter os pontos turísticos, ruas e vias com nomes, indicações de linhas de ônibus que passam pelos pontos turísticos da cidade e conter também informações específicas para portadores de deficiências especiais. Seria bom ter as indicações de pontos comerciais úteis, como, bancos, restaurantes, postos de combustíveis, bares, lanchonetes e afins. Telefones de emergência (hospitais, corpo de bombeiros, polícia militar, polícia civil) também são considerados razoáveis pelos entrevistados.

Oitenta e oito por cento dessas pessoas não sugeriram acrescentar mais nada ao mapa, porém os doze por cento restante acha que seria interessante conter o censo populacional da cidade uma vez que auxilia ter o conhecimento de sua magnitude, e não só telefones de emergências, mas também suas localizações exatas.

Na opinião dos questionados seria ótimo a cidade indicar aplicativos para smartphone que pudessem complementar as informações do mapa, como por exemplo, aplicativos de transporte, visualizadores dos pontos turísticos e informações mais detalhadas destes lugares. Para eles seria de grande ajuda melhorar a locomoção pela cidade ter um aplicativo que facilitasse o acesso rápido a tudo e que informasse os eventos do dia sendo realizados na região.

Seria excelente que placas de localização na Rodoviária desta cidade do interior paulista (banheiro, guichês, lanchonete, posto de informações turísticas etc.) fossem instaladas, pois isso melhoraria a recepção ou despedida dos turistas, logo que

embarcassem ou desembarcassem de ônibus, além de facilitar a locomoção até os pontos turísticos.

Noventa e seis por cento dos turistas opinam que seria excelente ter mais placas de sinalização turística, elas ajudariam na melhor locomoção para chegar aos pontos turísticos existentes assim como favorecer a cidade.

Os entrevistados (oitenta e seis por cento) alegam que seria ótimo se houvesse ruas mais largas, de fluxo contínuo e rápido, pois ajudaria em sua locomoção para chegar aos pontos turísticos, assim como outras localidades. No entanto, quatorze por cento deles responderam que não acham necessário ruas largas pela cidade, devido a mesma ser demograficamente pequena em comparação as cidades de grande fluxo como São Paulo.

Por fim, sessenta e dois por cento dos entrevistados sugeriram uma melhoria de locomoção para encontrar os pontos turísticos. Dentre todas as sugestões a que mais predominou (quarenta e oito virgula trinta e oito por cento) foi a de melhorias em placas de sinalização turísticas e de tráfego com nomes de ruas, vias e avenidas mais visíveis. Foram sugeridas ruas pavimentadas e sinalizadas; vias de acesso rápido; painéis de LED com informações; divulgação de mais aplicativos de transporte; fazer campanhas de educação no trânsito com os residentes. Um ponto turístico acessível também foi sugerido; passeios fornecidos pela cidade aos pontos turísticos; plataformas digitais dos pontos turísticos, o que remete a sugestão de internet gratuita disponível em pontos importantes da cidade. Trajetos específicos de coletivo/ônibus e suas paradas; calçadas mais largas e uma ciclovia em avenidas para reduzir o fluxo intenso de carros. Os outros trinta e oito por cento não quiseram responder ou alegaram que não tinham nenhuma sugestão de melhoria a fazer.

Através do questionário aplicado e da coleta de dados é possível compreender a importância dos aspectos de movimentação de pessoas para o turismo. Foi evidenciado através do estudo que para se ter uma boa movimentação turística é preciso um mapa completo tanto para os turistas normais como também para aqueles com algum tipo de deficiência, com números de segurança, censo populacional, nomes de vias e ruas, trajeto específico de transporte coletivo, e localização dos produtos e serviços turísticos úteis. É preciso também um aplicativo de suporte turístico e de transporte, ruas mais largas e com boa infraestrutura mesmo o município não sendo tão grande quanto os grandes centros, placas de sinalização de fácil visibilidade, e um local de boas-vindas sinalizado como a Rodoviária que ajude o turista a se localizar melhor passando uma impressão de que a cidade é acessível e receptiva, além de levar o turista até o Posto de Informação Turística que é um dos colaboradores para a movimentação turística no município.

A respeito das sugestões feitas pelos entrevistados para melhoria de locomoção no município é percebido que ainda falta melhoria em questão de sinalização o que dificulta a circulação até os pontos turísticos. Percebe-se também que o turista dessa cidade necessita de mais informação através de mídias sociais e outros canais, um sistema mais eficiente de internet que abranja toda a cidade, passeios fornecidos até os pontos turísticos, a construção de meios que melhore o trânsito, calçadas mais largas para transitar melhor e pontos turísticos de fácil localização.

Diante do levantamento de dados é notado que a junção de toda essa estrutura de movimentação forneceria acessibilidade, segurança e agilidade, possibilitando o fácil acesso aos atrativos turísticos, o que consequentemente satisfaz as necessidades dos turistas.

CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo de verificar a mobilidade de pessoas em relação ao turismo foi alcançado, através do entendimento e da importância que os aspectos de mobilidade de pessoas têm para o turismo. Por meio de comparação entre teoria e a relevância que esse assunto tem na prática foi elaborado um questionário que foi aplicado para o turista, e

através das respostas obtidas foi possível entender melhor como as ruas, vias, informações, sinalização, transporte e acessibilidade auxiliam para uma boa movimentação turística. Foi possível compreender que para se ter uma mobilidade turística satisfatória é preciso um mapa completo e com inclusão, onde o turista pode localizar os produtos, serviços e atrativos turísticos da cidade. Aplicativos de transporte e suporte também colaboram para a mobilidade do turista que necessita de ruas mais largas mesmo em cidades pequenas, de placas de sinalização tanto turística como de nomes de ruas com boa visibilidade. A Rodoviária onde recebe e concentra grande parte dos turistas da região precisa estar acessível e sinalizada para passar uma sensação de que a cidade acolhe seus turistas.

Portanto, após a utilização do questionário com os turistas e realizar a pesquisa quantitativa exploratória, foi possível entender que a mobilidade de pessoas está diretamente relacionada com o turismo, pois é essa movimentação que causa a movimentação turística que necessita de fatores como mapas turísticos, ruas, vias e sinalização acessível, e uma infraestrutura eficiente para poder proporcionar ao turista uma satisfação e experiências agradáveis assim que ingressa no destino final. A movimentação de pessoas é ainda pouco estudada na logística, sendo essa de grande auxílio no turismo possibilitando que todas as funções de mobilidade humana estejam interligadas e funcionando para que os municípios de interesse turístico possam prover aos visitantes acessibilidade, agilidade, facilidade e segurança ao transitarem pelos centros e atrativos turísticos.

Desta forma, com base na pesquisa atual, sugere-se a sequência desse estudo, por intermédio de uma pesquisa mais aprofundada com os turistas que passam por essa cidade onde o estudo foi feito, mas que eventualmente não passem pela rodoviária ou pelo posto de informações, como por exemplo, hóspedes de hotéis, pois esses outros turistas também terão a chance de opinar e sugerir melhorias que poderão ajudar na mobilidade turística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARBACHE, Fernando Saba et al. **Gestão de logística, distribuição e trade marketing**. Rio de Janeiro: Editora Fgv, 2011.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BOITEUX, Bayard; WERNER, Maurício. **Introdução ao Estudo do Turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2009.

BOWERSOX, D. J; CLOSS, D, **Logística Empresarial: O Processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2001.

CAVALCANTE, Heloiza da Silva et al. **UMA BREVE ANÁLISE SOBRE A EVOLUÇÃO DA LOGÍSTICA**. 2019. 14 f. TCC (Graduação) - Curso de Logística, Fatec Carapicuíba, Carapicuíba, 2019. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos19/23728201.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2021.

CHOPRA, S; MEINDL, P. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Estratégia, Planejamento e Operação**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

DIAS, M. A. P. **Administração de materiais: Uma abordagem Logística**. São Paulo: Atlas, 1993.

FRANÇA JUNIOR, Romualdo Theophanes de. **A mobilidade turística no processo de planejamento da logística de transporte de Santa Catarina**. 2014. 254 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração e Turismo, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2014. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/PDF/Romualdo%20Theophanes%20de%20Franca%20Junior.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2021.

- FLEURY, Paulo Fernando et al. **Logística empresarial: A perspectiva Brasileira**. São Paulo: Atlas, 2000.
- HOINASKI, Fabio. **O QUE É MRP E COMO FUNCIONA?** 2019. Disponível em: <https://www.ibid.com.br/blog/o-que-e-mrp-e-como-funciona/>. Acesso em: 28 fev. 2021.
- MACHADO, Andrés Muñoz. **LOGÍSTICA Y TURISMO**. Espanha: Ediciones Díaz de Santos, 2005.
- MARTINS, Gilberto Andrade. ESTUDO DE CASO: UMA REFLEXÃO SOBRE A APLICABILIDADE EM PESQUISAS NO BRASIL. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 9-18, abr. 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34702/37440>. Acesso em: 20 abr. 2021.
- MEIRIM, Hélio. **Você sabe o que é LOGÍSTICA de PESSOAS? - Série Mobilidade Urbana - E01**. 2020. Disponível em: <https://www.hrmlogistica.com.br/single-post/log%C3%ADstica-de-pessoas>. Acesso em: 28 fev. 2021.
- MOURA, Danielle Cardoso de. **O processo logístico nos serviços turísticos: um estudo de caso do Festival de Dança de Corumbá-MS**. 2008. 168 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2008. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Danielle%20Cardoso%20de%20Moura.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2021.
- NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz Gonzaga Gogoi. **CENÁRIOS DO TURISMO BRASILEIRO**. São Paulo: Aleph Publicações e Assessoria Pedagógica Ltda, 2009. Disponível em: https://turismo.ufop.br/sites/default/files/turismo/files/cenarios_do_turismo_brasileiro_2009.pdf?m=1537286891. Acesso em: 21 mar. 2021.
- NÓBREGA, Tiago. **História da logística**. 2010. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/historia-da-logistica>. Acesso em: 28 fev. 2021.
- NOVAES, Antonio Galvão. **LOGÍSTICA E GERENCIAMENTO DA CADEIA DE DISTRIBUIÇÃO**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/40130206/LOG%C3%8DSTICA_E_GERENCIAMENTO_DA_CADEIA_DE_DIST_RIBUI%C3%87%C3%83O. Acesso em: 02 mar. 2021.
- ONMOBI. **Mobilidade Humana: Aprenda agora o que é esse conceito!** 2019. Disponível em: <https://www.onmobih.com.br/mobilidade-humana-aprenda-agora-o-que-e-esse-conceito/>. Acesso em: 28 fev. 2021.
- PAURA, Glávio Leal. **Fundamentos da Logística**. Curitiba: E-Tec Brasil, 2012. Disponível em: http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/proeja/fundamentos_logistica.pdf. Acesso em: 08 set. 2020.
- PEREIRA, Dionei; SILVA, Marco Aurélio. INTRODUÇÃO A LOGÍSTICA. **Revista Gestão em Foco**, S/n, v. 9, n. 0, p. 291-304, 2017. Disponível em: https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/036_logistica.pdf. Acesso em: 10 set. 2020.
- POZO, Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: Uma Abordagem Logística**. São Paulo: Atlas, 2010.
- RODRIGUES, P. R. A. **Introdução aos sistemas de transporte no Brasil e à logística internacional**. Paulo Roberto Ambrósio Rodrigues. 3. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2003.
- ROSA, Rodrigo de Alvarenga. **Gestão de Operações e Logística I**. Florianópolis: Ufsc, 2011. Disponível em: http://150.162.8.240/somente-leitura/PNAP_2009_2/Modulo_5/Gestao_Operacoes_Logistica/material_didatico/Livro_grfica.pdf. Acesso em: 08 set. 2020.
- SEBRAE. **TURISMO NO BRASIL: TERMO DE REFERÊNCIA PARA A ATUAÇÃO DO SISTEMA SEBRAE**. Brasília: Sebrae, 2010. Disponível em: http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Turismo/TR_turismo_final.pdf. Acesso em: 21 mar. 2021.
- SIQUEIRA, Ana Cristina Costa. **MOBILIDADE PARA FINS TURÍSTICOS: UM ESTUDO DE CASO DO MUNICÍPIO DE PONTA GROSSA**. 2019. 198 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Mestrado em Gestão do Território, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019. Disponível em:

<https://tede2.uepg.br/jspui/bitstream/prefix/2791/1/Ana%20Cristina%20Costa%20Siqueira.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2021.

SILVA, Antônio João Hocayen da. **Metodologia de pesquisa: conceitos gerais**. Paraná: Unicentro, 2021. Disponível em: <http://repositorio.unicentro.br:8080/jspui/bitstream/123456789/841/1/Metodologia-da-pesquisa-cient%C3%ADfica-conceitos-gerais.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SILVA, Bruno Pimentel da. **INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA E O TURISMO EM ALAGOAS NO PERÍODO 2004-2013**. 2014. 114 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Ufal, Maceió, 2014. Disponível em: <http://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/1393/1/Infraestrutura%20log%C3%ADstica%20e%20o%20turismo%20em%20alagoas%20no%20per%C3%ADodo%202004%20e%202013.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2021.

TOSTA, Eline; KUNZ, Jaciel Gustavo. **Mobilidade e Turismo: Construindo um Mapa Conceitual**. 2014. 11 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo Binacional, Universidade Federal de Rio Grande, Caxias do Sul, 2014. Disponível em: https://fundacao.ucs.br/site/midia/arquivos/mobilidade_e_turismo.pdf. Acesso em: 27 fev. 2021.

ZAGHENI, Elisete Santos da Silva. **A LOGÍSTICA DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO DE JOINVILLE – SC**. 2004. 203 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Administração., Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/86619/202242.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 mar. 2021.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa**. Santa Catarina: Ufsc, 2013. Disponível em: http://arquivos.eadadm.ufsc.br/EaDADM/UAB_2014_2/Modulo_1/Metodologia/material_didatico/Livro%20texto%20Metodologia%20da%20Pesquisa.pdf. Acesso em: 20 abr. 2021.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO MOVIMENTAÇÃO TURÍSTICA

1. Em sua opinião seria importante ter acesso a um mapa turístico da cidade? Isso ajudaria sua melhor locomoção para encontrar os pontos turísticos?

Em caso positivo assinale o que acha que este mapa deveria conter:

- A. Pontos Turísticos ()
- B. Ruas e Vias com nomes ()
- C. Localização de pontos de táxi ()
- D. Indicações de linhas de ônibus que passem pelos pontos turísticos ()
- E. Informações específicas para portadores de deficiências especiais ()
- F. Indicação de sequência para visitação, buscando a otimização do trajeto ()
- G. Indicação de pontos comerciais úteis (bancos, restaurantes, postos de combustível, etc) ()
- H. Telefones de emergência (hospitais, bombeiros, polícia militar, polícia civil, etc) ()
- I. Você gostaria de sugerir algo mais que pudesse para ser acrescentado ao mapa?

2. Em sua opinião seria importante a cidade indicar aplicativos para smartphone, que pudessem complementar as informações do mapa (como aplicativos de transporte, visualizadores dos pontos turísticos, informações mais detalhadas dos pontos turísticos). Tem mais alguma sugestão de aplicativos? Isso ajudaria sua melhor locomoção para encontrar os pontos turísticos?

3. Em sua opinião, placas de localização (banheiro, guichês, lanchonete) na Rodoviária de Lins melhorariam a sua recepção/despedia assim que embarcasse/desembarcasse em Lins? Isso ajudaria sua melhor locomoção para encontrar os pontos turísticos?

4. Em sua opinião ter mais placas de trânsito indicando os pontos turísticos ajudariam em sua melhor locomoção pela cidade para encontrar os pontos turísticos?

5. Em sua opinião, ruas largas e de fluxo contínuo e rápido podem ajudar sua locomoção em direção aos pontos turísticos?

6. Você tem alguma sugestão para melhorar a locomoção pela cidade para encontrar os pontos turísticos?