XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Atuação no turismo rodoviário de empresas de fretamento de ônibus que comercializam e operam roteiros turísticos

Vinicius Rocha Bíscaro[1]
Gleice Regina Guerra[2]
Karina Toledo Solha[3]

Resumo
O estado de São Paulo tem características peculiares quando comparado às demais unidades federativas do Brasil, que influenciam destinos e viagens rodoviárias: apresenta alta qualidade das estradas para realização do deslocamento terrestre, alto poder aquisitivo da população paulista e padrões demográficos específicos, sendo o estado brasileiro mais populoso. Dentre as possibilidades de viagem rodoviária, os ônibus fretados são o tema deste trabalho. Em outros países, é possível encontrar dados sobre o tema de fretamento de ônibus com a finalidade de turismo, enquanto no Brasil são escassas as informações. Para contribuir com o entendimento da dinâmica do fluxo de ônibus no estado de São Paulo, o presente estudo teve como objetivo verificar a atuação de empresas de transporte rodoviário que detêm frota de ônibus de turismo para fretamento e, ademais, assumem também a atividade secundária de criar, comercializar e operar roteiros turísticos. Foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema, e também analisados os dados disponibilizados pela Agência Reguladora de Transporte do Estado de São Paulo (ARTESP), complementados por entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores de empresas de transporte de ônibus e com operação equivalente a agências de turismo, selecionadas dentre as empresas transportadoras que fretaram ônibus entre 2014 e 2017 no estado. O roteiro de entrevista buscou identificar: a estrutura disponível, a rentabilidade, a criação e gestão de roteiros, a comercialização, as características dos fluxos e os desafios e perspectivas. Os resultados indicam que os pacotes de viagens de ônibus representam baixo percentual no faturamento das empresas, tendo em vista diferentes modalidades de fretamentos. A maioria das viagens não tem pernoites, e a frequência de oferta de destinos é diversificada. O setor é visto com otimismo, com a percepção de que o mercado pode se expandir com a criação de novos roteiros, além de haver expectativas de crescente público nessa modalidade de turismo nos próximos anos, devido ao envelhecimento da população brasileira, uma vez que o consumidor é majoritariamente idoso. As empresas têm controles gerenciais frágeis e, portanto, dificuldades para observar as diferenças de desempenho da atividade relacionada ao agenciamento de viagens com produtos e serviços de fretamento, além de haver ausência de estratégias de criação, comercialização e operação de roteiros turísticos para ampliar o mercado de viagens de ônibus.

Palavras-chave: ônibus turístico; viagens de ônibus; fretamento; agências de turismo; São Paulo.

[1] Bacharel em Estatística (IMECC/Unicamp). Mestrando em Ciências da EACH/USP. Lattes 2083810939495542. Vinicius.biscaro@usp.br.
[2] Administradora Hoteleira, Bacharel em Turismo e em Ciências Econômicas. Mestre em Controladoria e Contabilidade. Professora *pro tempore* do curso de Bacharelado em Turismo da ECA/USP. Doutoranda em Ciências da EACH/USP. Lattes 2771592518430554. grguerra@gmail.com.
[3] Bacharel em turismo. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação. Professora associada do curso de Bacharelado em Turismo da ECA/USP. Lattes 0668319688752070. kasolha@usp.br.