



Relatório de pesquisa 2019

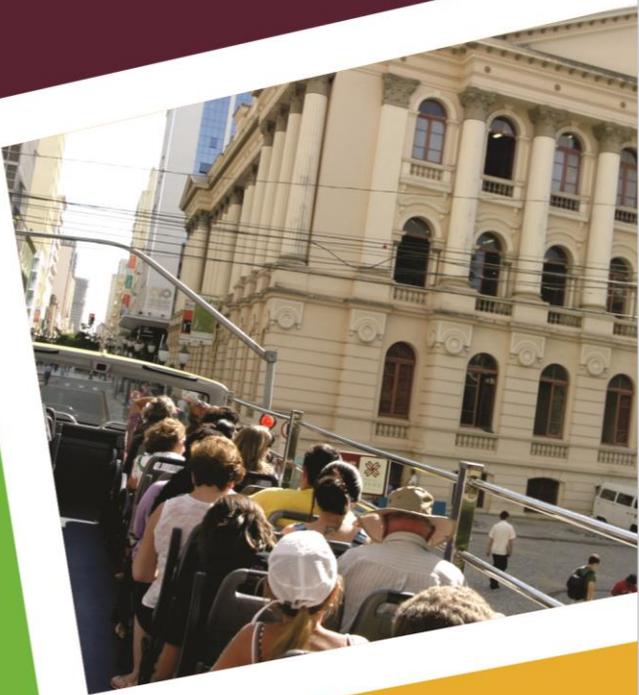
PERFIL DO TURISTA DA LINHA TURISMO

Instituto Municipal de Turismo
Prefeitura de Curitiba



uma
cidade
a cada
esquina

Curta Curitiba



INSTITUTO MUNICIPAL
CURITIBA TURISMO



CURITIBA

APRESENTAÇÃO

A Linha Turismo de Curitiba é um dos principais produtos turísticos da cidade. No ano de 2019 houveram diversas mudanças no funcionamento do passeio. No início do ano a Linha Turismo ainda operava com o sistema usual de cartelas com 5 tíquetes (um embarque e quatro reembarques). A partir do mês de março houve a principal mudança, na qual o embarque passou a ser feito com cartões com validade de 24 horas, permitindo reembarques livres. Essa era uma das principais demandas solicitadas em pesquisas anteriores.

As mudanças na Linha Turismo foram um dos fatores que incidiram no aumento de 8,4% nos embarques em 2019 em relação ao ano anterior. Ao todo foram registrados 557.488 embarques ao longo do ano, com uma média de 46 mil embarques mensais. O mês de julho foi o mais movimentado, com mais de 81 mil embarques.

A fim de conhecer o perfil, a opinião e a percepção do passeio por parte de seus usuários, inclusive em relação as mudanças que ocorreram, realizou-se uma pesquisa de campo. A seguir será descrita a metodologia utilizada e apresentados os resultados resumidos da pesquisa e posteriormente, de maneira mais detalhada, o resultado final obtido.



METODOLOGIA

A pesquisa contou com uma amostra de 713 usuários, dentre aqueles que utilizaram os cartões e cartelas próprios da Linha Turismo¹. Foram comercializados 133.074 cartelas e cartões durante o ano, sendo esse o público estimado de passageiros. Com essas cartelas e cartões foram realizados 549.705 embarques.

A pesquisa foi realizada em cinco momentos: o pré-teste foi realizado em 5 de julho, a 1ª etapa de 12 a 25 de julho, a 2ª etapa de 24 a 29 de setembro, a 3ª etapa de 22 a 29 de outubro e a 4ª e última etapa de 10 a 15 de dezembro.

A pesquisa tem um nível de confiança de 95% e um erro amostral de 3,6%. Os questionários foram aplicados em todos os dias da semana, seguindo a proporcionalidade dos dias com maior ou menor movimento, nos principais pontos de parada do passeio. Foram escolhidos períodos de alta, média e baixa demanda turística na cidade, afim de abranger um cenário real do perfil do público que utilizou a Linha Turismo.

¹ Em outubro foi publicado o Decreto nº 1.298/2019 que implementou uma promoção permitindo (dentro de alguns critérios) a utilização do Cartão Usuário do transporte coletivo da cidade na Linha Turismo nas terças, quartas e quintas-feiras, durante a primavera. Com isso, 1,4% dos embarques (7.783) foram realizados com o cartão usuário. Esse público, porém, não foi incluído na pesquisa.

Quem utiliza a Linha Turismo?



Primeira vez na Linha Turismo?



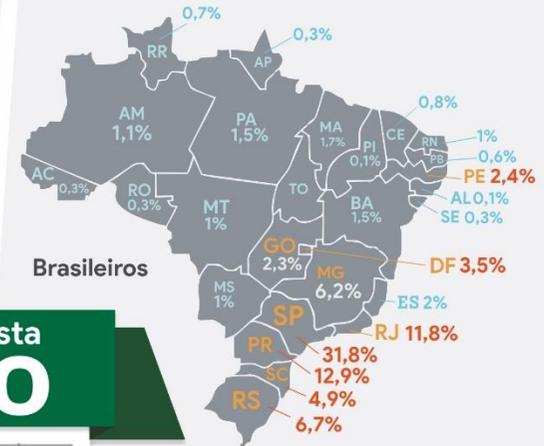
De onde são os turistas?



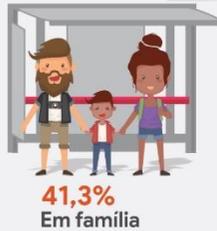
96,8%
Brasileiros



3,2%
Estrangeiros



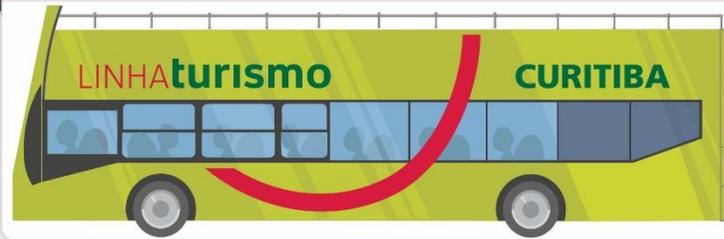
Com quem eles viajam?



Pesquisa 2019

perfil do turista

LINHA **turismo** CURITIBA



Por que eles vêm a Curitiba?



Lazer/descanso



Visita a
pais/relatives



Participação
em evento



Negócio ou
motivo profissional



Estudos



Outros

Onde eles se hospedam?



66,3%
Hotel



7,8%
Locação
temporária



1,8%
Sem pernoite



2,9%
Hostel



1,2%
Outros

Que meio de transporte usam para vir a Curitiba?



59,6%

Avião



17,4%

Ônibus
convencional

1,9%

Outro



21,1%

Automóvel

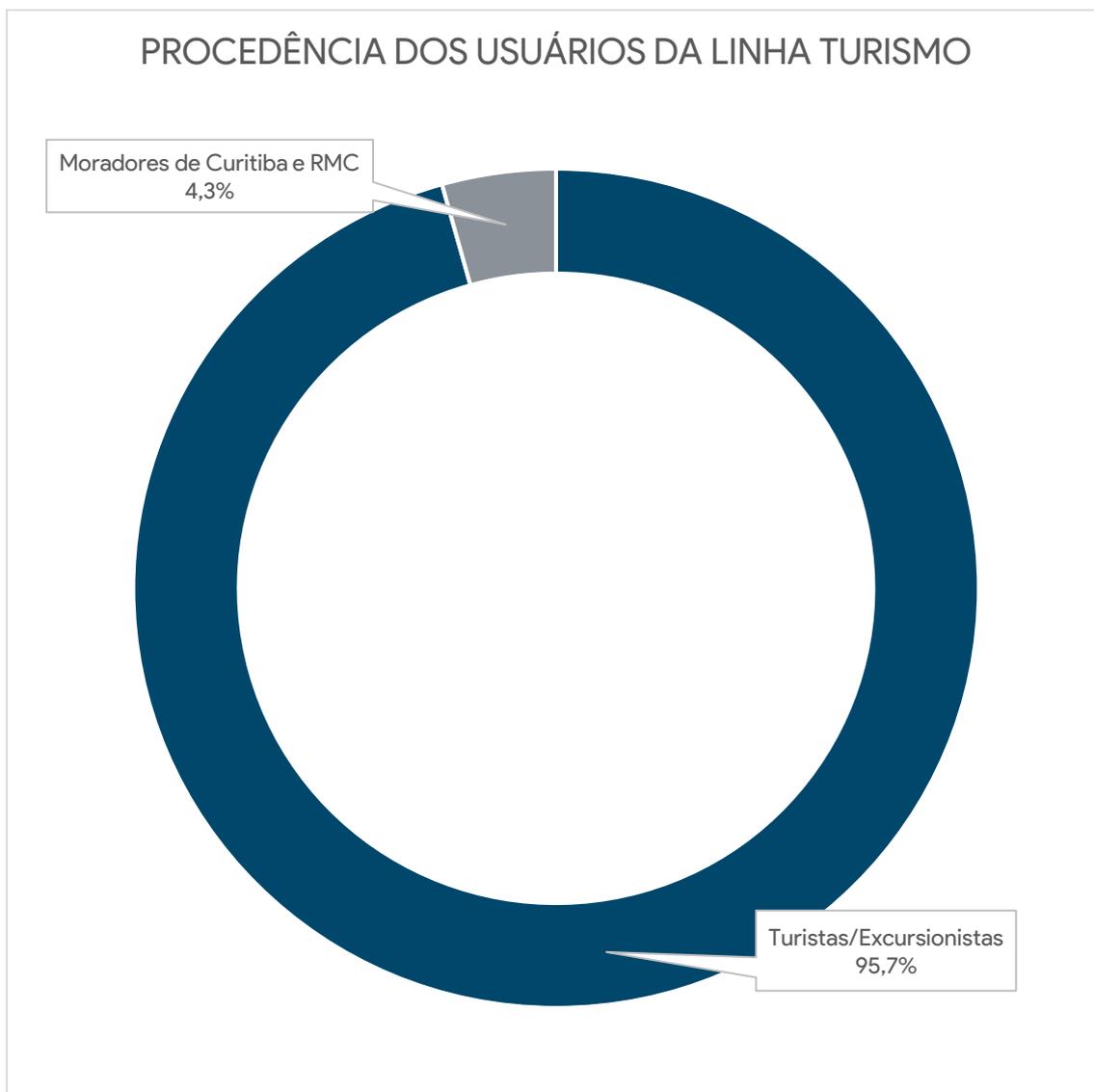


3,9 dias

Quantos dias eles ficam?

PERFIL DOS USUÁRIOS DA LINHA TURISMO

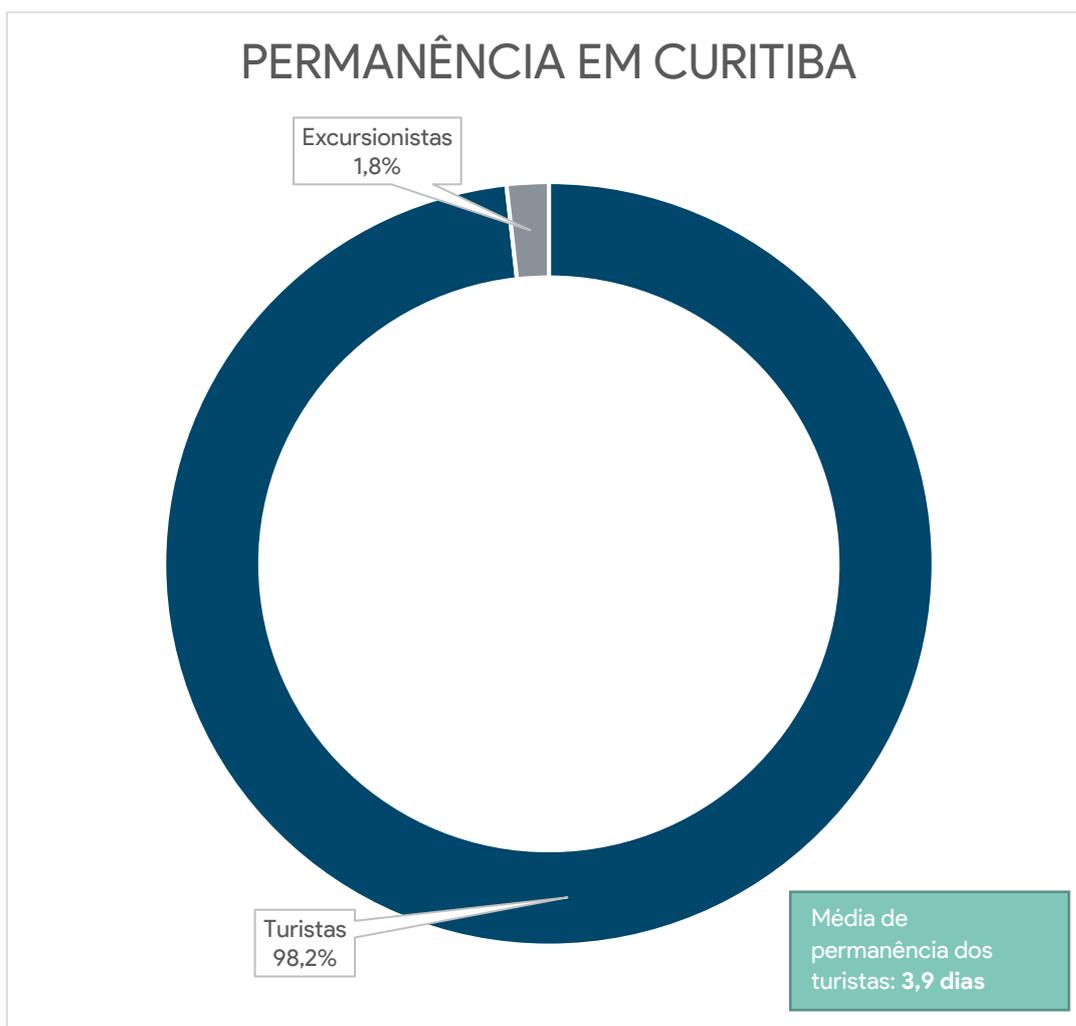
A Linha Turismo é utilizada tanto por turistas em visita à Curitiba, quanto por moradores da cidade e sua Região Metropolitana (RMC). De acordo com a pesquisa, 95,7% dos usuários que fizeram o passeio em 2019 foram turistas ou excursionistas, conforme pode ser visto no gráfico a seguir.



PERFIL DO TURISTA QUE UTILIZA A LINHA TURISMO

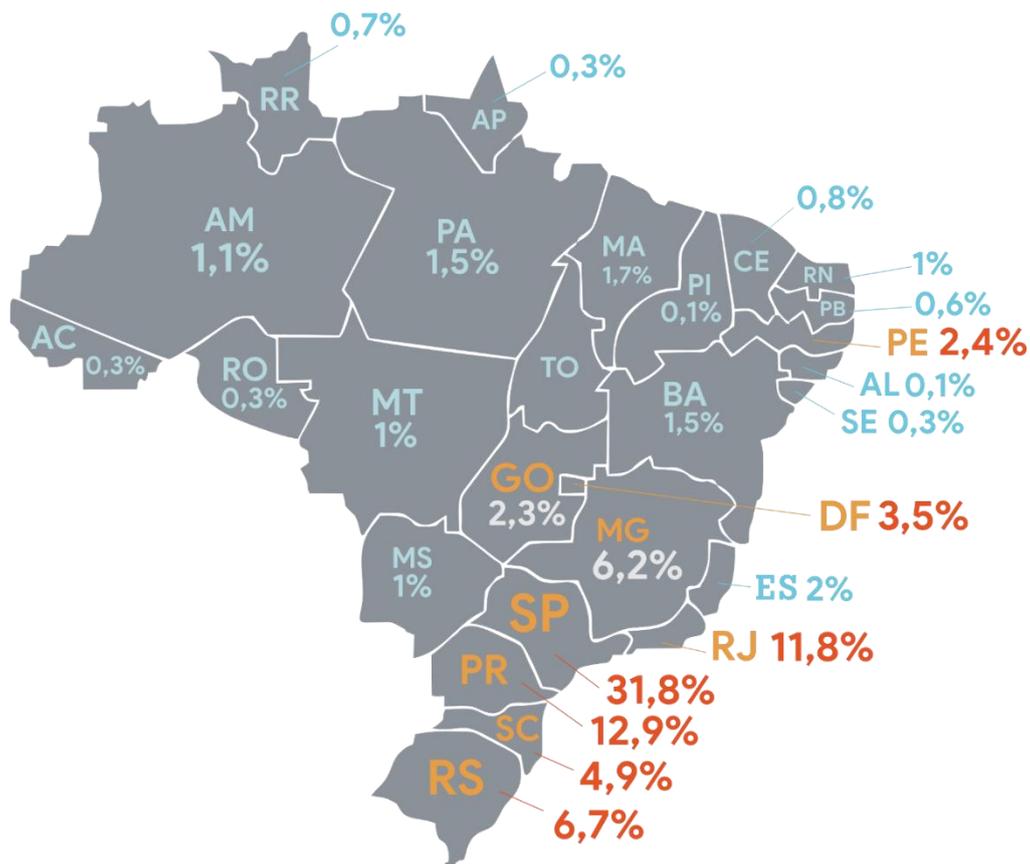
Como 95,7% do público que utiliza a Linha Turismo é de visitantes, cabe conhecer mais detalhadamente o perfil dos turistas que realizam o passeio. A média de permanência dos turistas é de 3,9 dias, a maioria vem de avião (59,6%) com a família (41,3%) e fica hospedada em hotel (66,3%). A principal motivação em visitar Curitiba é lazer e/ou descanso (67,2%) e a maioria (56,1%) estava visitando a cidade pela 1ª vez. O estado de origem dos visitantes que mais se destacou foi São Paulo (31,8%), seguido do Paraná (12,9%) e Rio de Janeiro (11,8%)

Os gráficos apresentados a seguir detalham essas informações, apresentando todos os resultados obtidos. O primeiro gráfico revela que 98,2% dos turistas pernitoiu na cidade, permanecendo por uma média de 3,9 dias, enquanto 1,8% eram excursionistas, ou seja, passaram apenas algumas horas em Curitiba.



Em relação à origem dos turistas, o infográfico abaixo destaca o estado de residência dos turistas brasileiros (que representaram 96,8% do total), e a tabela seguinte mostra os países de origem dos turistas estrangeiros (que foram 3,2% do total).

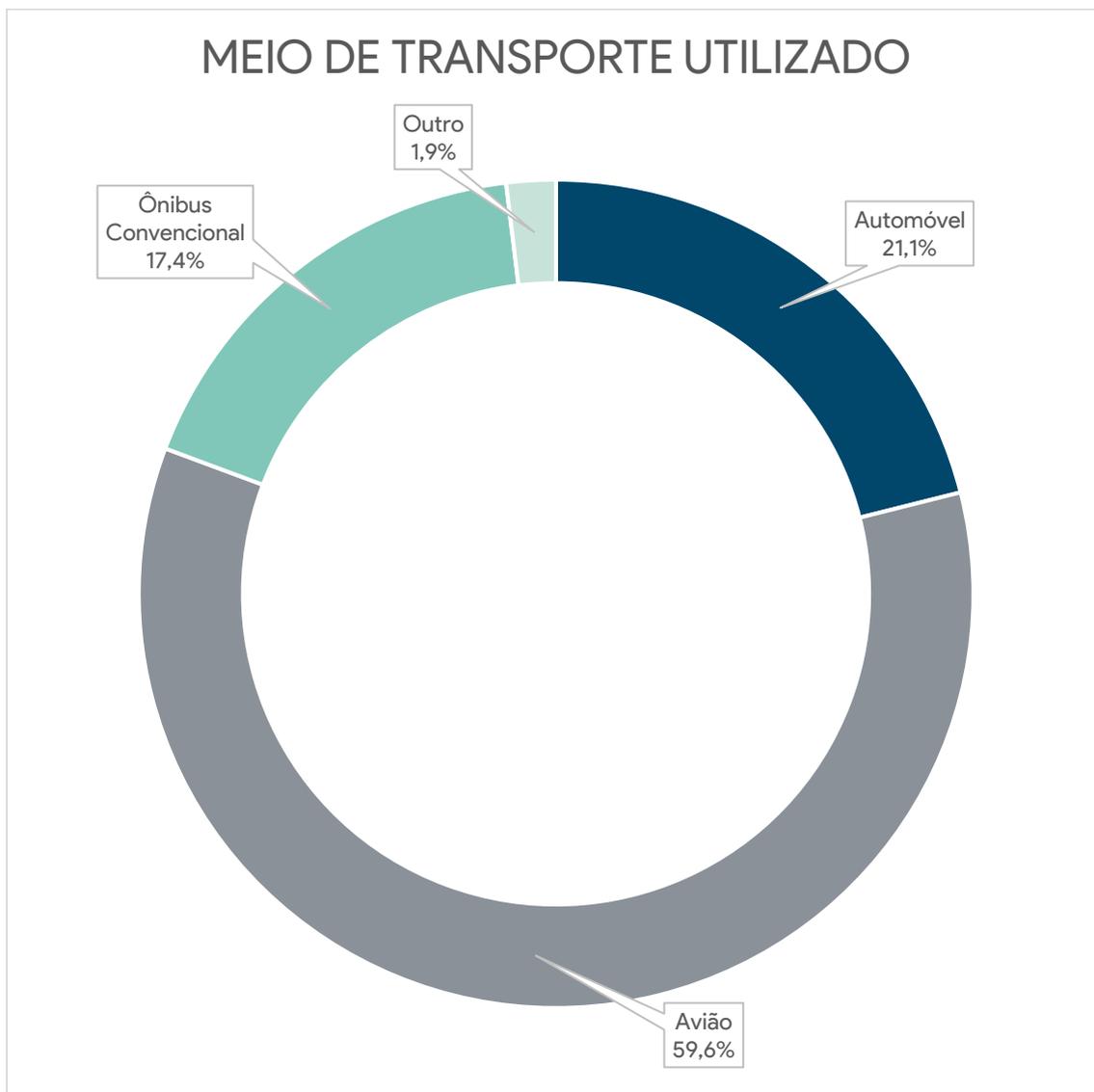
ESTADO DE ORIGEM DOS TURISTAS



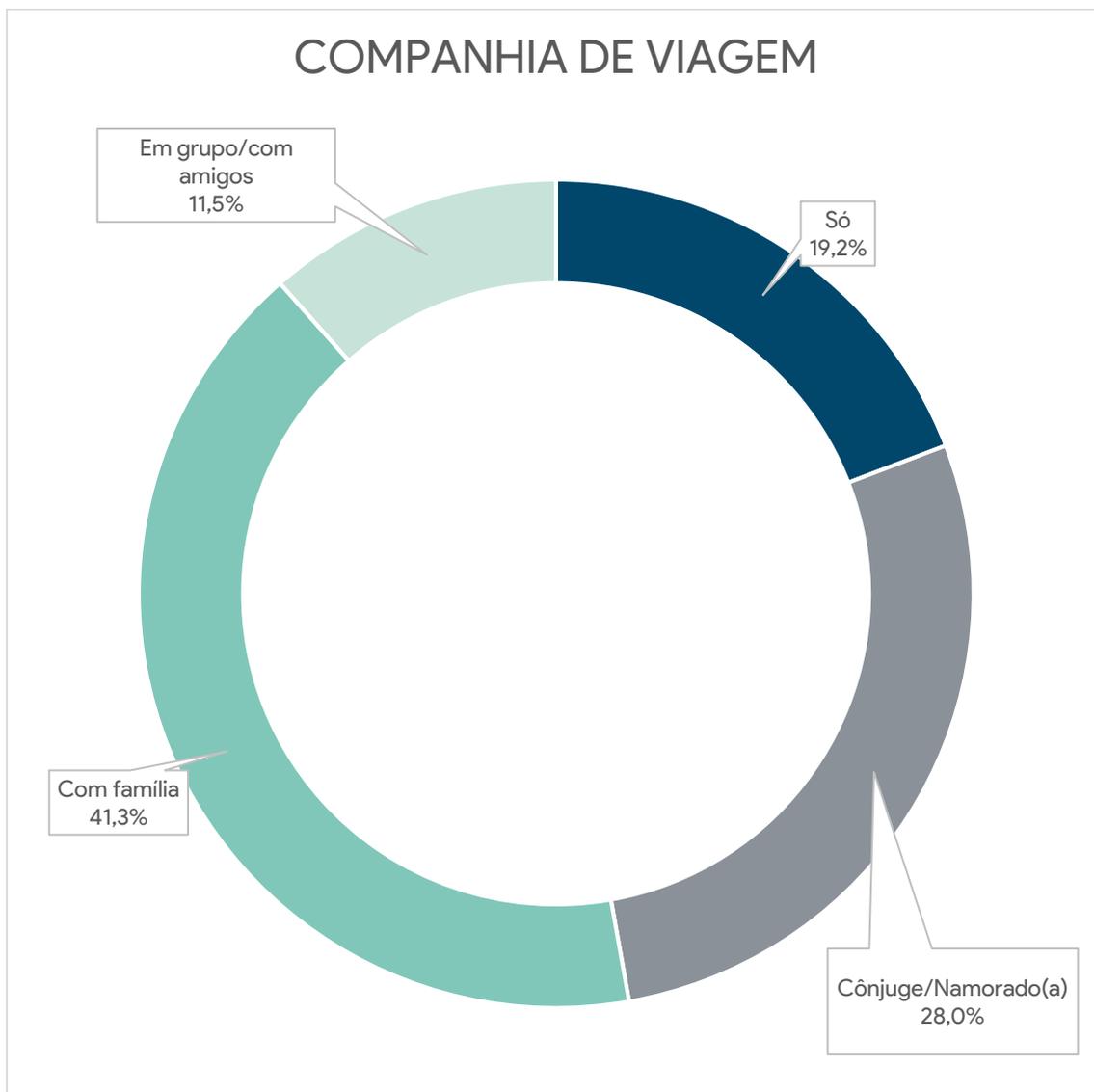
PAÍS DE ORIGEM DOS TURISTAS ESTRANGEIROS

Alemanha	0,28%	Estados Unidos da América	0,14%
Argentina	0,28%	França	0,14%
Austrália	0,28%	Honduras	0,14%
Colômbia	0,28%	Irlanda	0,14%
Paraguai	0,28%	México	0,14%
Áustria	0,14%	Moçambique	0,14%
Bolívia	0,14%	Panamá	0,14%
Canadá	0,14%	Peru	0,14%
China	0,14%	Uruguai	0,14%

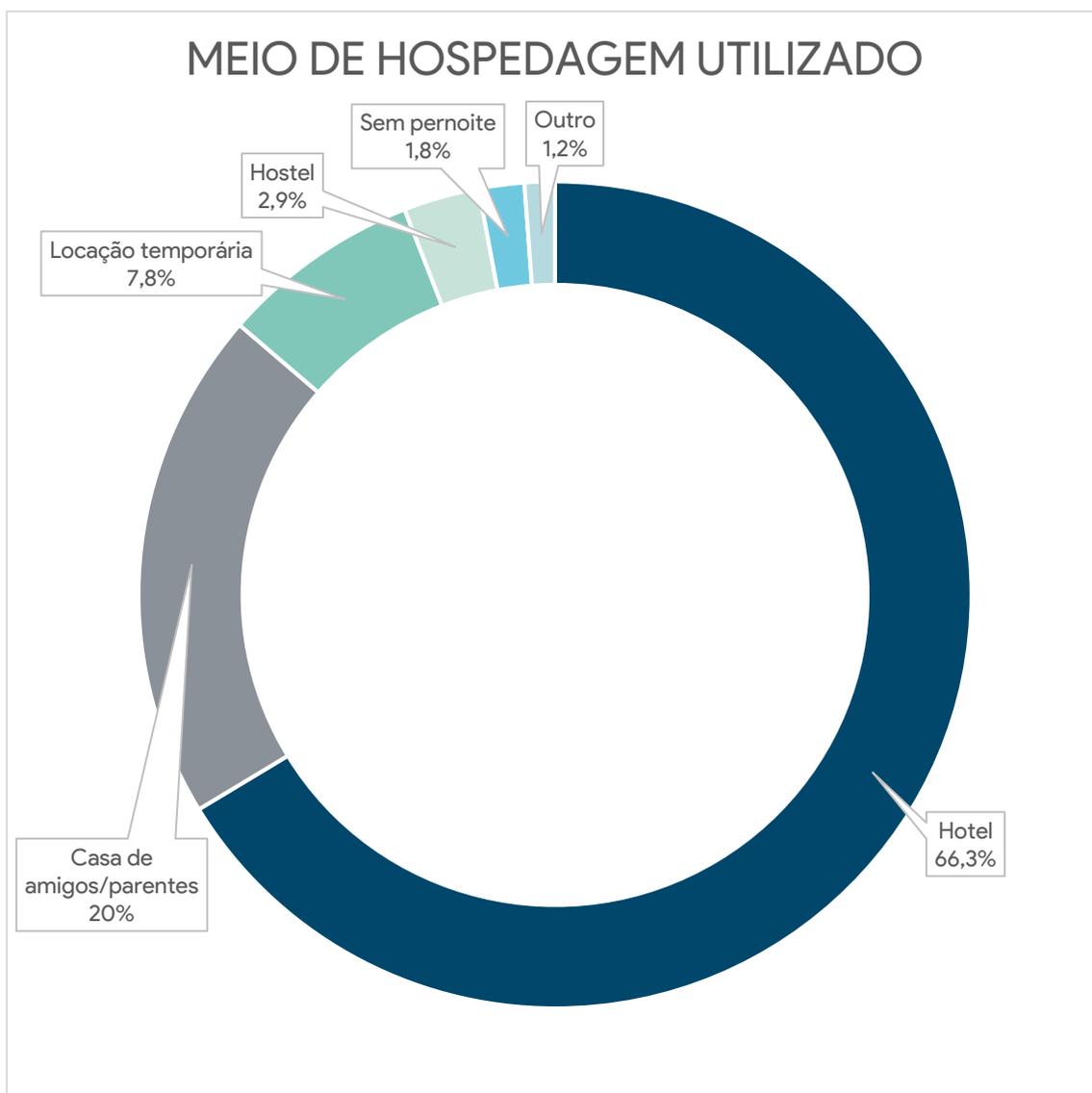
O meio de transporte utilizado pela grande maioria dos turistas para chegarem a Curitiba foi o avião (59,6%), seguido de automóvel (21,1%) e ônibus convencional (17,4%), conforme o gráfico a seguir.



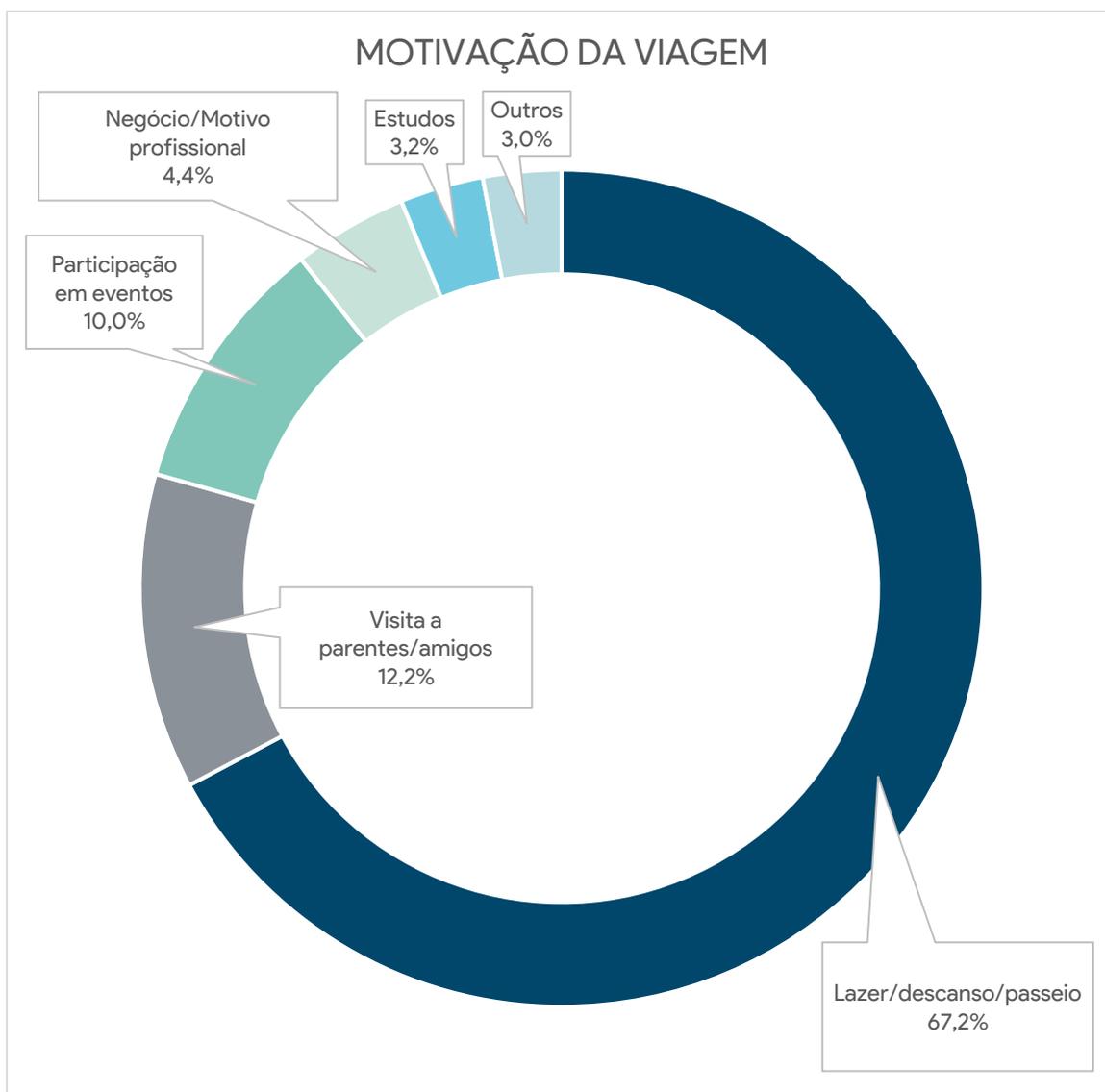
Os turistas e excursionistas estavam viajando em média em 2,3 pessoas. Quando questionados com quem estavam viajando, a maioria respondeu que estava com família (41,3%) ou cônjuge/namorado (a) (28%), conforme detalhado no gráfico seguinte.



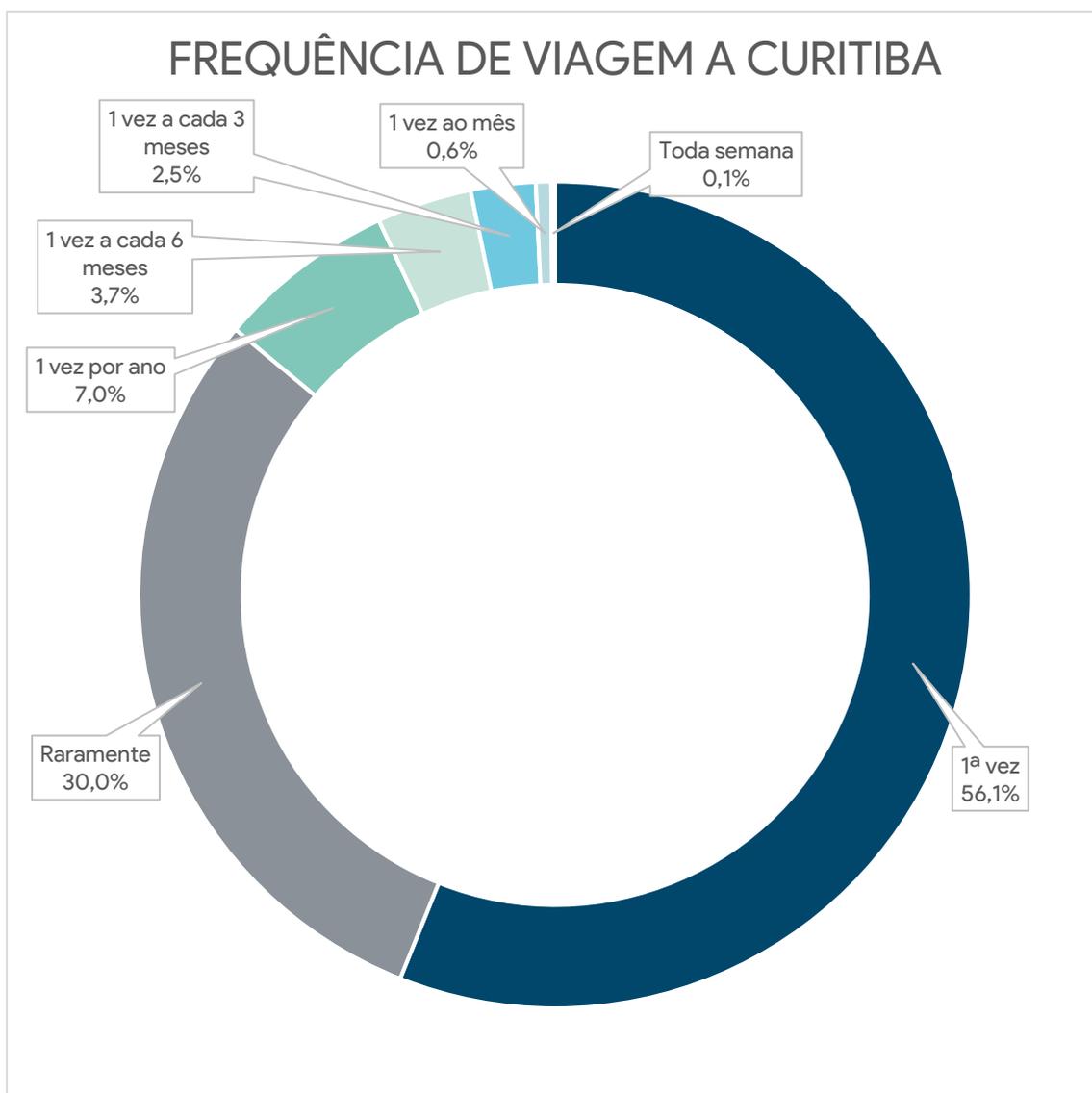
Quanto ao meio de hospedagem utilizado, hotel foi o mais citado, totalizando mais de 66,3% dos turistas. A casa de parentes e amigos foi o segundo meio mais utilizado, com 20% do total, seguido por números menos expressivos de turistas que realizaram a locação temporária de imóveis e que se hospedaram em hostel/albergue da juventude.



Em relação a motivação de visita, a maior parte dos turistas veio a Curitiba para lazer, descanso e/ou passeio (67,2%). Dentre as demais motivações, tem-se 12,2% que vieram para visitar parentes e/ou amigos, 10% que vieram participar de algum evento na cidade; 4,4% que vieram por negócios ou motivo profissional, entre outros.



Quanto a frequência de viagem à Curitiba, a maioria dos turistas que passeou com a Linha Turismo (56,1%) estava visitando a cidade pela primeira vez. 30% dos turistas visitaram a cidade em outras ocasiões, mas vem raramente para novas visitas. Dentre os visitantes que frequentam regularmente Curitiba, destacam-se os que vem 1 vez ao ano.

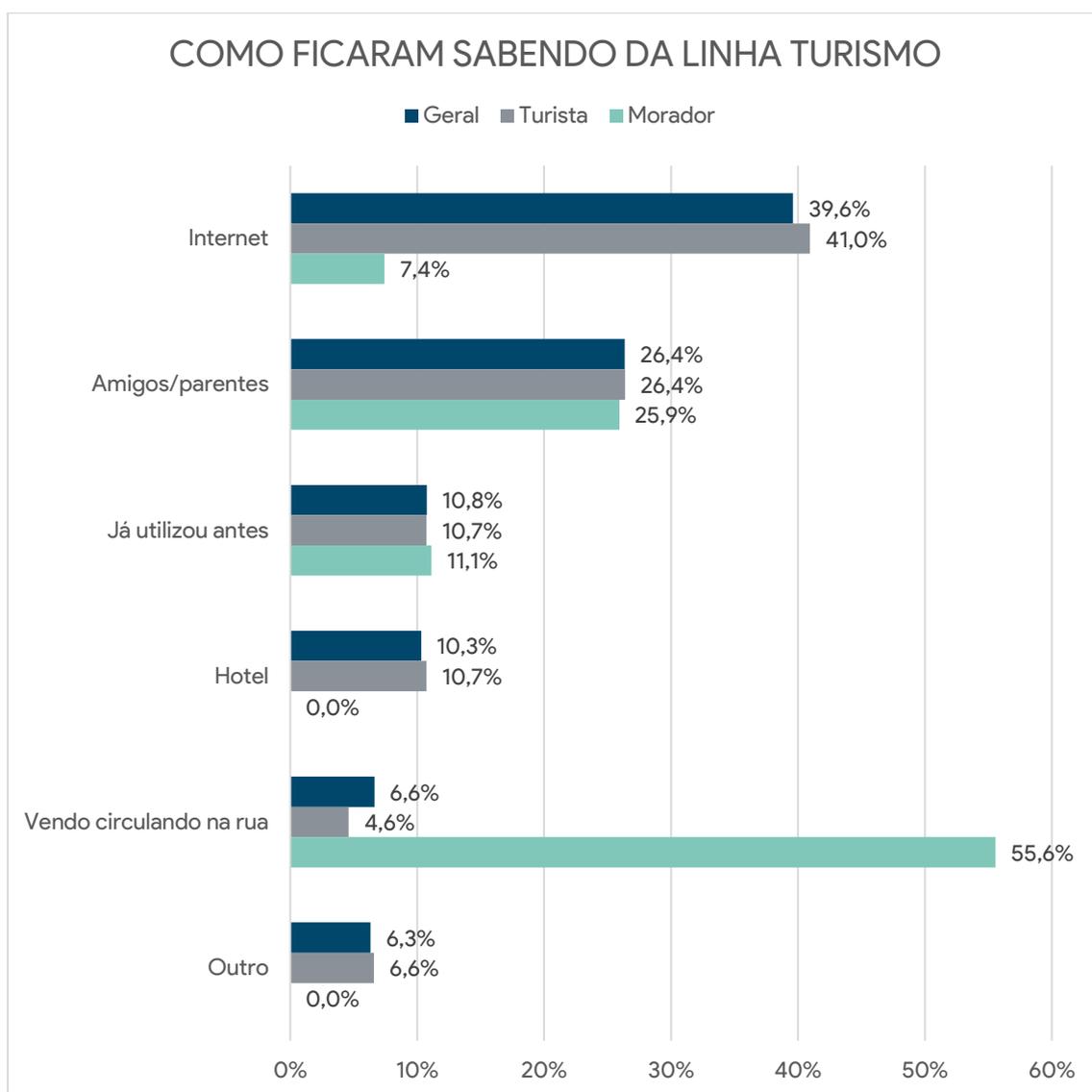


Em relação ao gasto dos turistas na cidade, a média estimada de gasto individual dos turistas por dia foi de R\$219,85. Já o gasto médio dos excursionistas na cidade foi de R\$141,06.

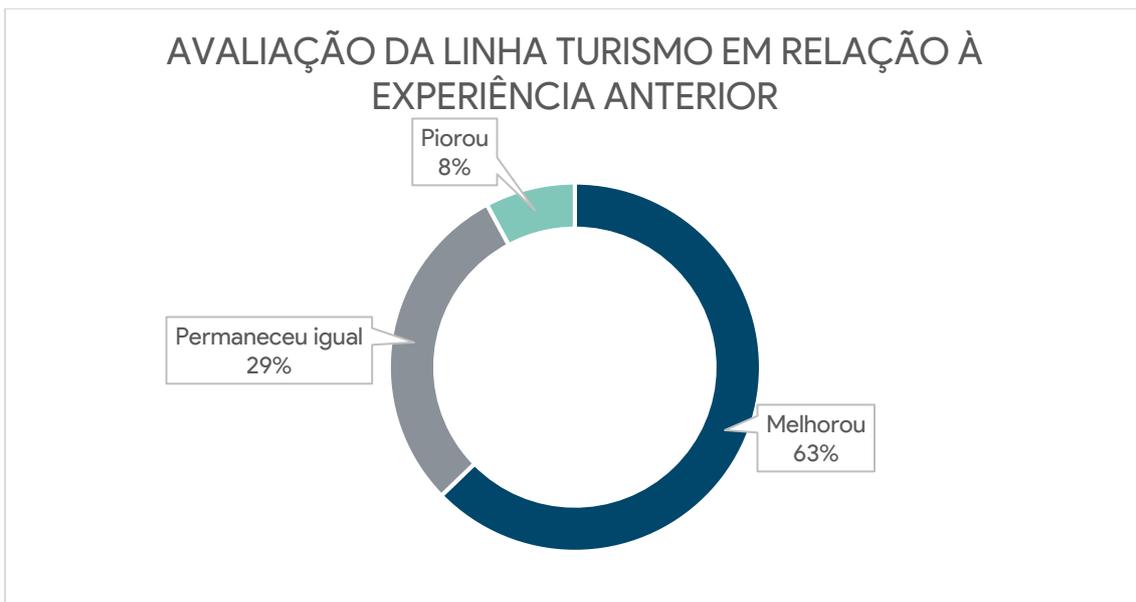
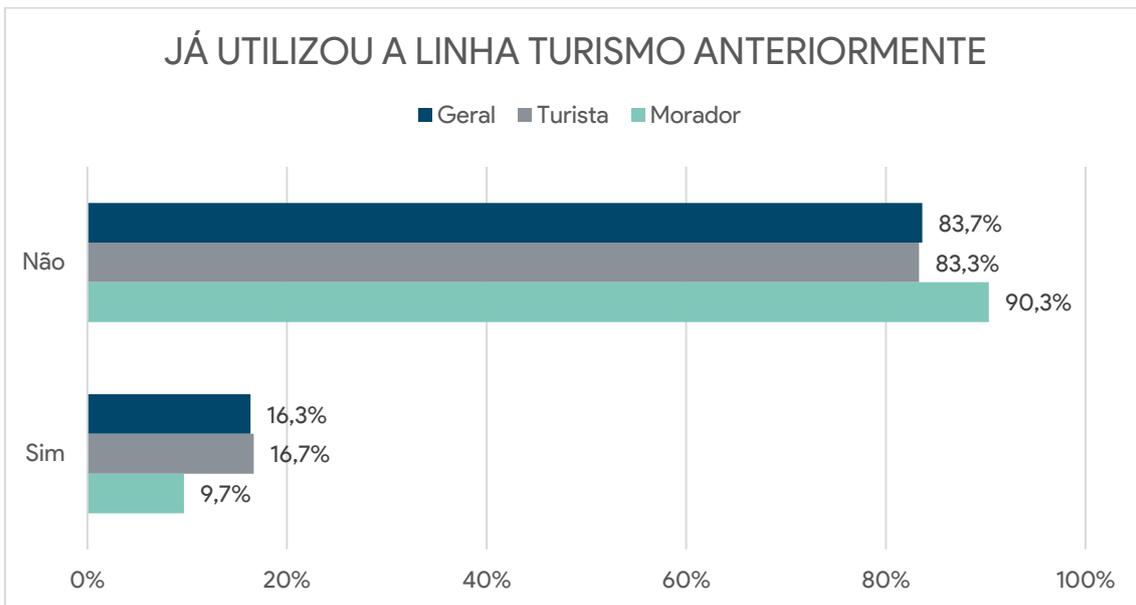
PERFIL GERAL DO PÚBLICO DA LINHA TURISMO

A seguir são apresentadas informações gerais sobre o público que utilizou a Linha Turismo, comparando turistas e moradores.

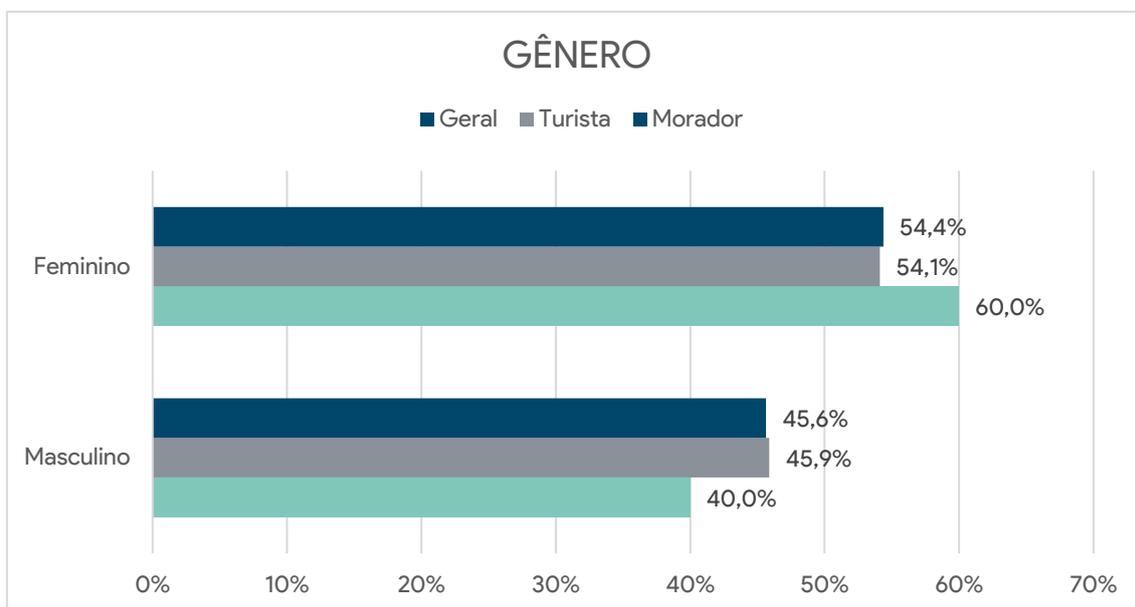
O próximo gráfico detalha como os usuários ficaram sabendo sobre a Linha Turismo. Observa-se que, de maneira geral, a internet foi a principal fonte de informação da maioria das pessoas (39,6%), especialmente dos turistas. Outro destaque foram os parentes e amigos, que foram fonte de informações de 26,4% do público. Entre os moradores, a maioria ficou sabendo sobre a Linha Turismo ao vê-la circulando pelas ruas (55,6%).



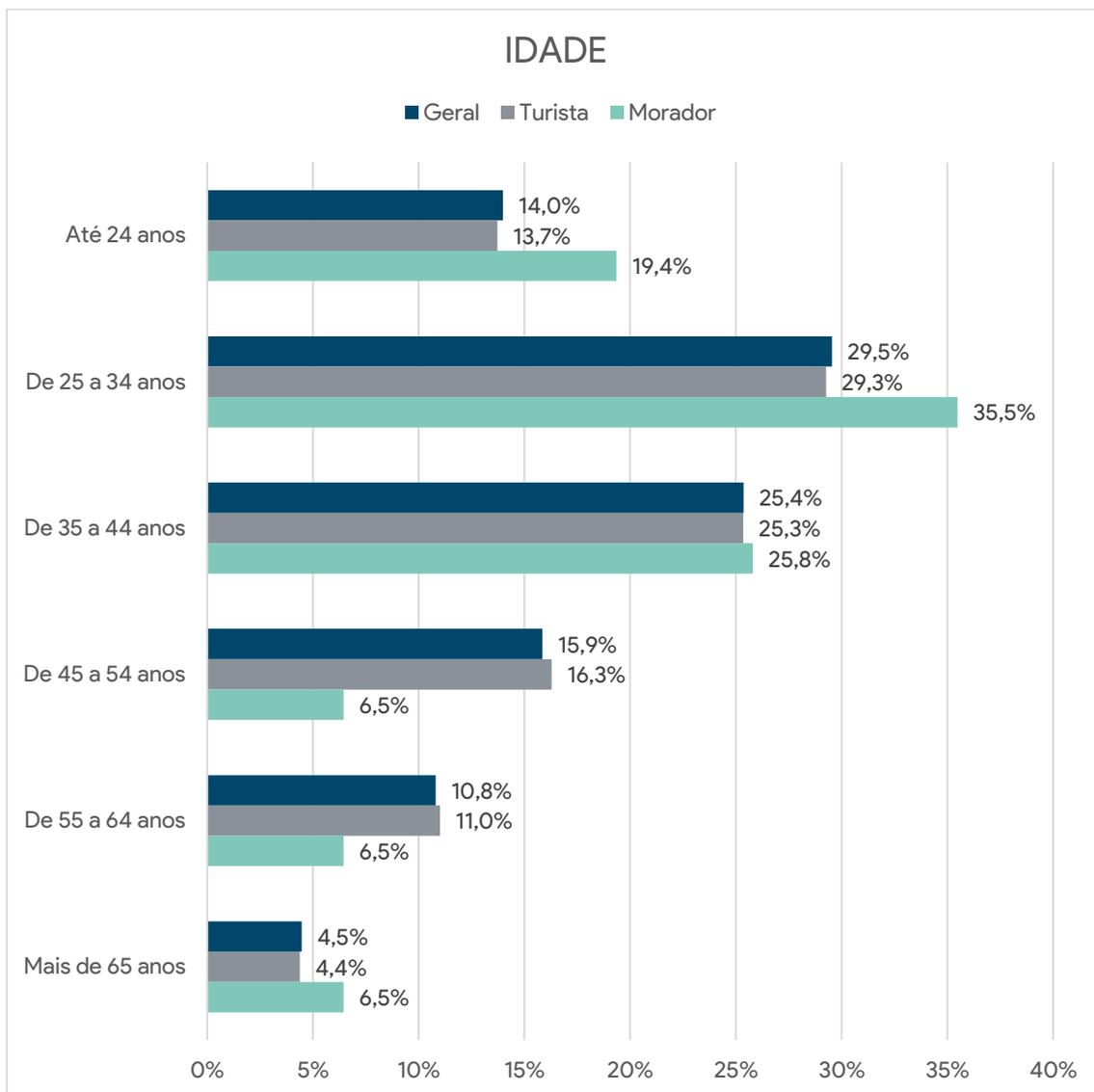
De maneira geral, 83,7% dos entrevistados estava utilizando a Linha Turismo pela primeira vez. Porém, enquanto 16,7% dos turistas afirmaram já ter feito o passeio, apenas 9,7% dos moradores informou o mesmo. O gráfico abaixo detalha essas informações, enquanto o gráfico seguinte mostra a avaliação em relação à experiência anterior daqueles que já haviam utilizado a Linha Turismo em outra ocasião. Destes, 63% afirmaram que a experiência melhorou.



Quanto ao gênero dos usuários, a maioria (54,4%) foi do gênero feminino, especialmente entre os moradores (60%), conforme apresentado a seguir.

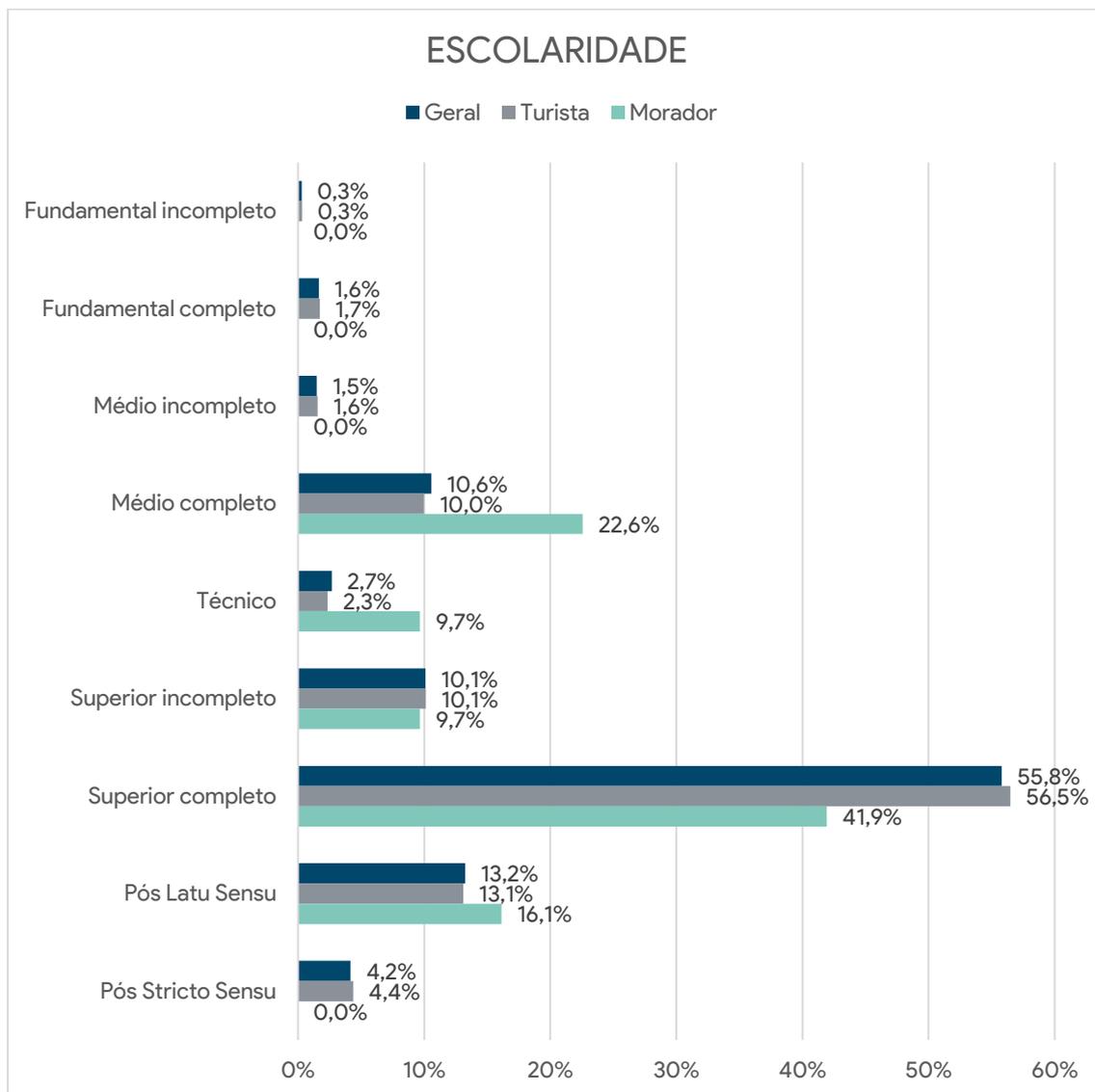


Quanto a idade dos usuários, a média foi de 38,9 anos². O gráfico a seguir apresenta a idade dos entrevistados por faixas etárias, sendo a maioria dos usuários com idade entre 25 e 34 anos (29,5%) e 35 e 44 anos (25,4%).

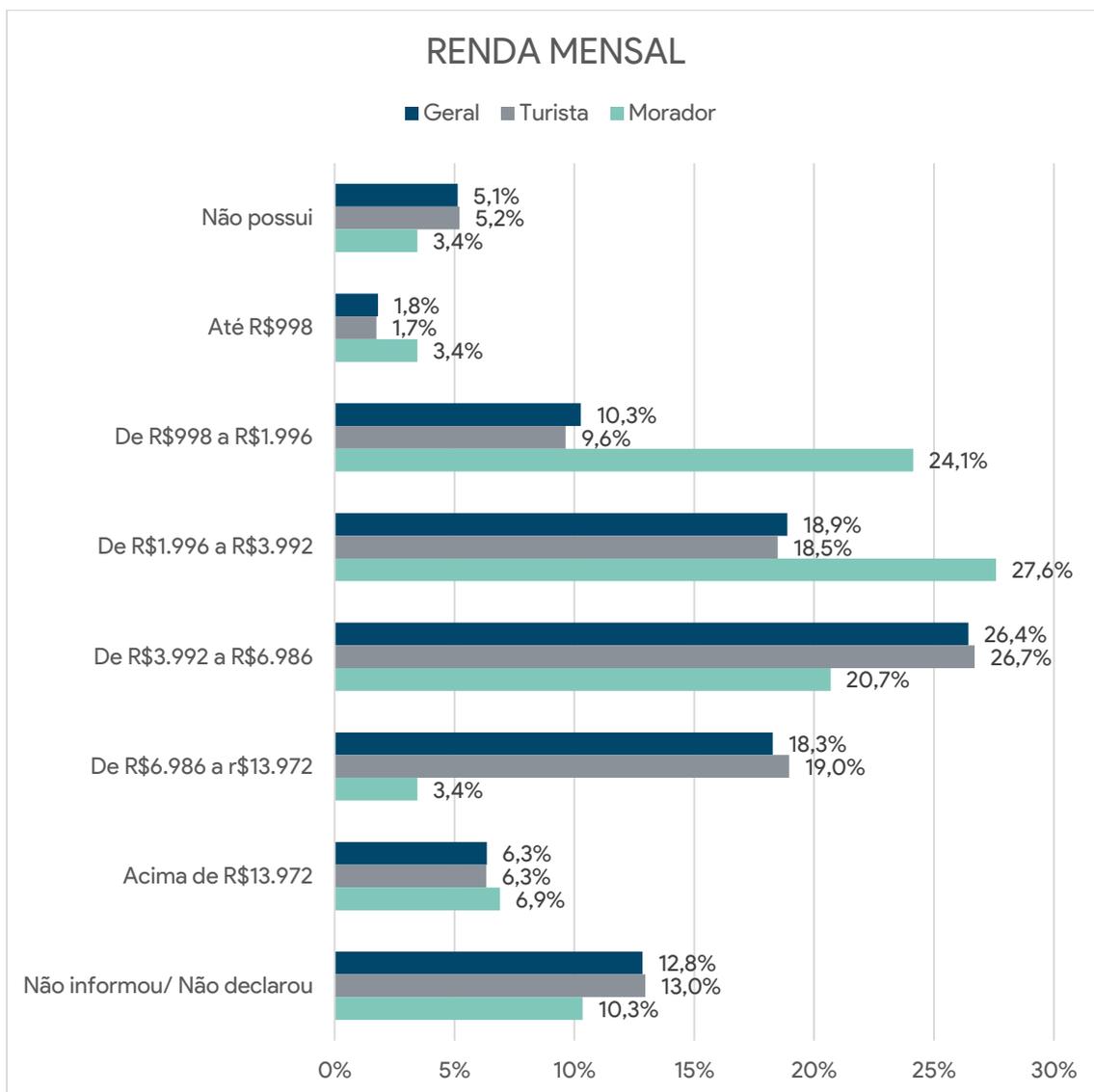


² A pesquisa é realizada com público adulto apenas, dessa forma as crianças não são contabilizadas nessa média etária.

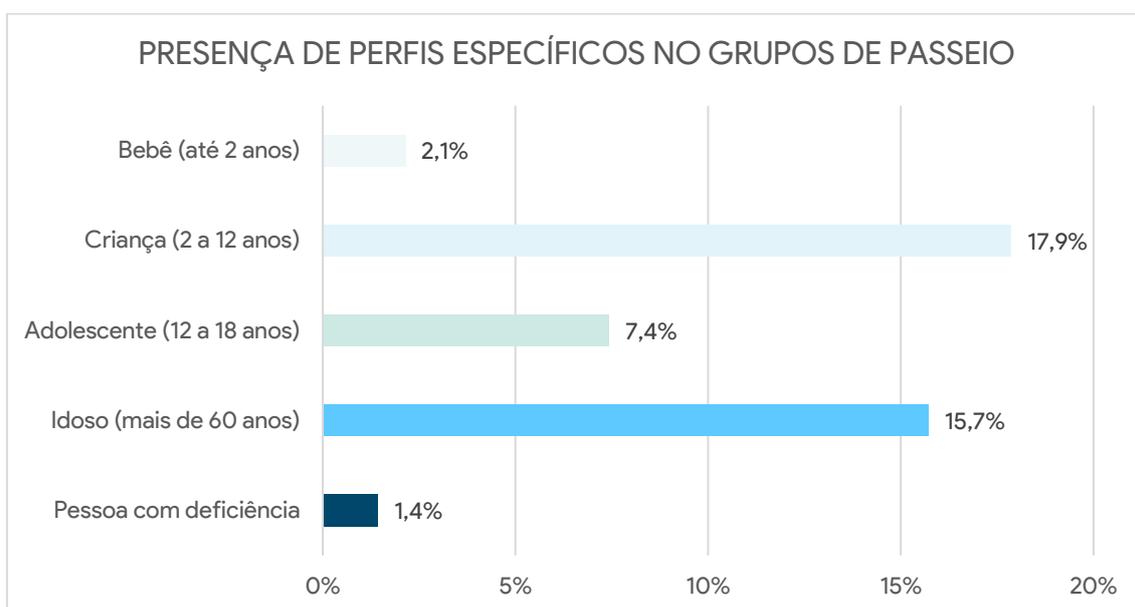
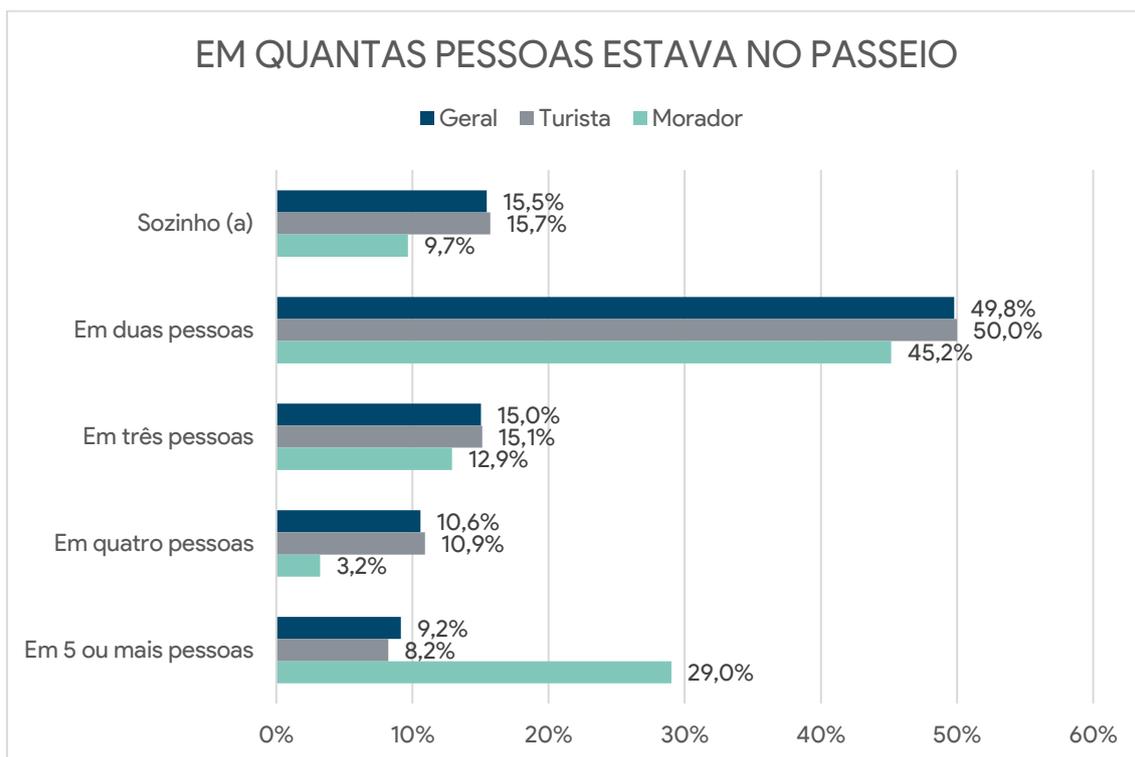
Quanto o grau de instrução dos usuários da Linha Turismo, o gráfico a seguir apresenta tais informações detalhadamente. Porém, destaca-se que mais da metade dos usuários (55,8%) relatou ter Ensino Superior completo.



Quanto a renda mensal, percebe-se que a maioria dos usuários da Linha Turismo tem renda média entre R\$3.992,00 e R\$6.986,00. O gráfico abaixo detalha esse item.

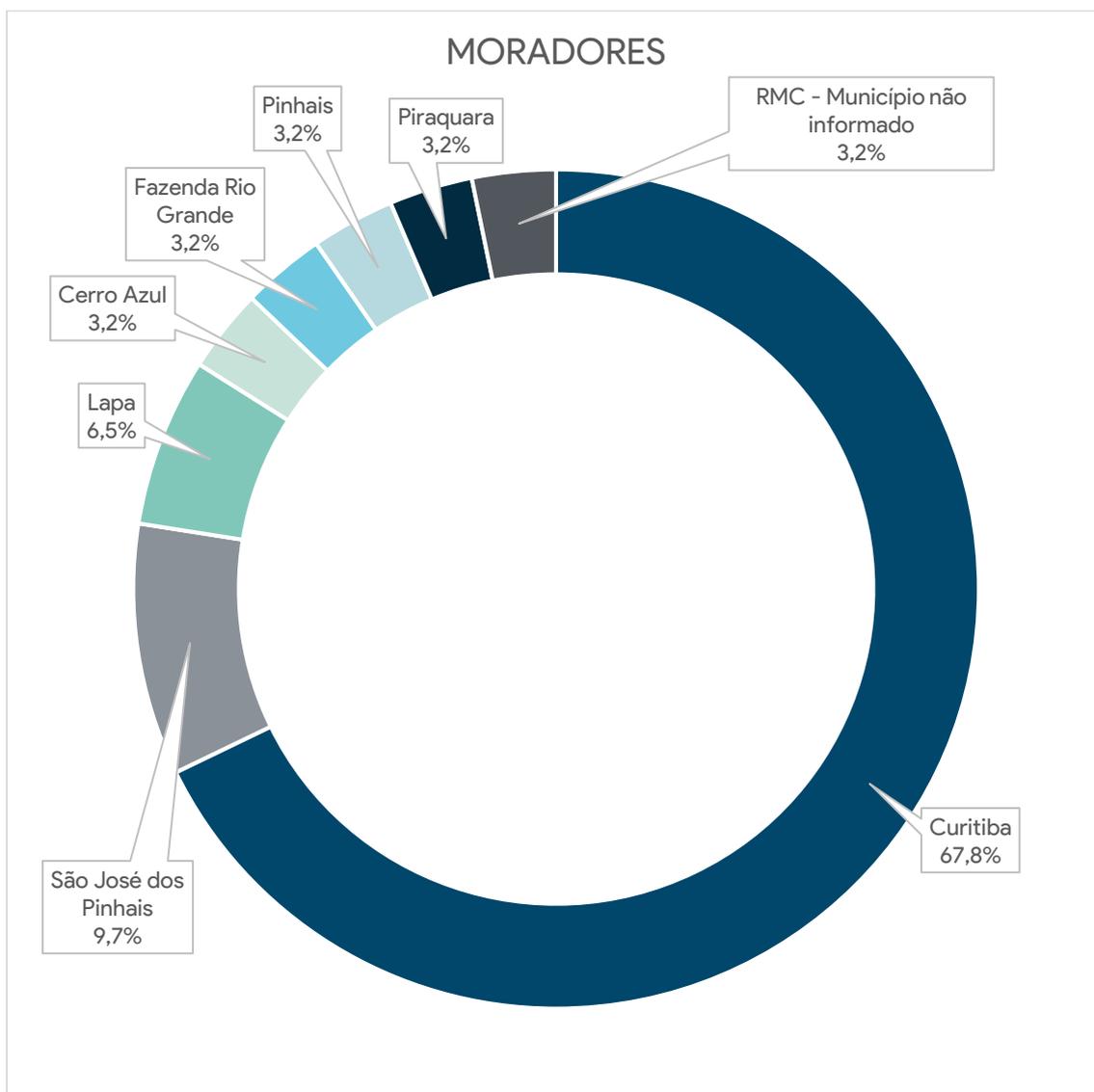


A pesquisa constatou que a maior parte dos entrevistados estava realizando o passeio na Linha Turismo em duplas (49,8%), conforme exposto no gráfico abaixo. Já o gráfico seguinte exibe a presença de alguns perfis de público no grupo do passeio: bebês (até 2 anos), crianças (de 2 a 12 anos), adolescentes (de 12 a 18 anos), idosos (acima de 60 anos) e pessoas com deficiência. Como resultado, obteve-se que 17,9% dos entrevistados estavam passeando com crianças, 15,7% eram ou estavam passeando com idosos, 7,4% passeavam com adolescentes, 2,1% com bebês e 1,4% com pessoas com deficiência.



PERFIL DOS MORADORES QUE UTILIZAM A LINHA TURISMO

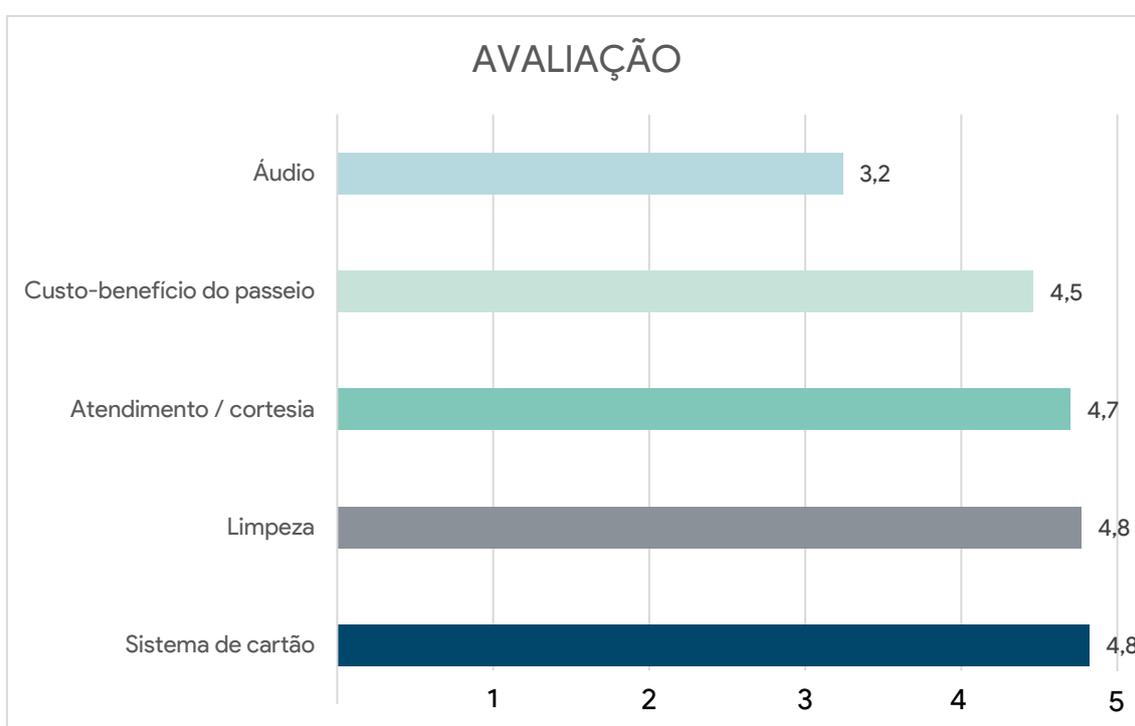
A maioria dos moradores que utilizaram a Linha Turismo residiam na própria capital (67,8%). Já os demais eram da Região Metropolitana, com destaque para o município de São José dos Pinhais, no qual residiam 9,7% dos usuários abordados.



AVALIAÇÃO DA LINHA TURISMO

Durante a pesquisa, os usuários da Linha Turismo avaliaram 5 aspectos a respeito do passeio, sendo eles: áudio informativo, custo-benefício do passeio, atendimento e cortesia do motorista e cobrador, limpeza do veículo, e o sistema de embarque com utilização de cartão.

As avaliações foram feitas através da atribuição de notas entre 1 e 5 para cada item. Os aspectos melhor avaliados foram o sistema de cartão e a limpeza, com média 4,8, e o pior foi o áudio, com nota 3,2. Abaixo segue a média de cada aspecto.



MELHORIAS, SUGESTÕES, CRÍTICAS E ELOGIOS

A pesquisa levantou quais eram as melhorias necessárias para otimizar a experiência dos usuários na Linha Turismo. Cerca de 19% dos entrevistados afirmou que não há nada que precise ser feito, enquanto os demais fizeram seus comentários com melhorias sugeridas. No total foram 1068 sugestões, colocadas na tabela abaixo. Destacam-se as sugestões referentes a melhoria do áudio, distribuição de folder informativo e possibilidade de pagamento do passeio com cartões de débito e crédito.

MELHORIAS SUGERIDAS	
Melhorar áudio/som	366
Distribuição de folder	76
Pagamento com cartão de débito/crédito	55
Preço mais acessível	37
Cobertura em todos os ônibus	34
Durar mais de 24h	32
Guia de turismo no ônibus	27
Passar mais informações sobre os atrativos incluídos no roteiro (o que tem para fazer, tempo de visitação, horários, estrutura gastronômica nos arredores, se paga ou não entrada, locais mais interessantes, ...)	26
Informar horários corretos nos pontos	25
Ter água/ comida no ônibus	22
Disponibilidade de fones de ouvido	21
Fechar laterais do ônibus	19
Cuidado com os galhos/fiação	15
App da linha turismo	15
Inserir mapas nos pontos	12
Aumentar a quantidade de ônibus / Diminuir intervalos	12
Colocar letreiro interno com informações de onde ônibus está	12
Mais opções de roteiros	11
Entrada para carregar celular	11
Ter Wi-Fi nos ônibus	11
Melhorar o conforto no ônibus	10
Melhorar a validação do cartão (demora e falhas)	10
Desconto para idosos	9
Melhorar condução do veículo (diminuir velocidade, esperar as pessoas sentarem...)	9
Informar no áudio em que atrativo está, de que lado fica o atrativo para poder fotografar e orientar desembarque	9
Aumentar o teto no piso superior	9
Melhorar acessibilidade no ônibus (Escada não acessível, roleta apertada, bancos pequenos, intérprete de libras)	8
Melhorar a limpeza do ônibus (alguns ônibus sujos, molhados ou com lixo transbordando)	8
Melhorar o atendimento dos motoristas e cobradores	7
Ter banheiro no ônibus	7
Colocar bancos nos pontos	7

Colocar ar condicionado nos ônibus	7
Realizar manutenção da frota (cintos estragados, bancos furados, barulho,..)	7
Melhorar a sinalização dos pontos da Linha Turismo nos atrativos e colocar mais informações nos pontos	7
Ampliar o horário da Linha Turismo (incluir roteiro noturno)	7
Melhorar Cintos de Segurança	6
Reutilizar os cartões (pensando na sustentabilidade)	6
Aumentar as informações contidas no áudio	6
Ter pessoas nos pontos para orientar e organizar as filas	6
Melhorar a divulgação da Linha Turismo	5
Melhorar o repasse de informações sobre o cartão (preço, funcionamento, validade, ...)	5
Desconto para crianças	4
Opção de fracionamento do bilhete, viagem sem desembarque ou viagem individual	4
Mais cuidado e orientação em relação à disponibilidade de assentos no piso superior	4
Melhorar a identificação dos ônibus	4
Melhorar informações sobre os pontos no Bosque Alemão	4
Passar em mais atrações (como estádios e Zoológico)	4
Desconto para estudantes	3
Desconto para moradores	3
Operar nas segundas-feiras	3
Melhorar a pontualidade	3
Ter outros pontos de venda para o cartão da Linha Turismo (inclusive internet)	3
Pacote de desconto familiar	2
Modernizar os ônibus	2
Colocar lixeiras nos pontos	2
Usar pulseira no lugar de cartão para embarque	2
Informar sobre alterações de rota e atrativos fechados	2
Melhorar as traduções dos áudios	2
Ter mais lugares no andar de baixo	2
Ônibus ficar parado algum tempo nos pontos	2
Diminuir o trajeto da Linha Turismo	2
Fazer o roteiro em sentido inverso	2
Melhorar a ordem do roteiro	2
Desconto para pessoas com deficiência	1
Opção de parcelar a compra dos cartões	1
Promoções	1
Aceitar moeda estrangeira	1
Integrar a Linha Turismo com o transporte regular	1
Colocar música ambiente	1
Fazer áudio em língua alemã	1
Circular com ônibus fechados e abertos	1
Ônibus só terem cobertura para o caso de chover	1
Aumentar a grade no piso superior	1
Ter dispositivo para consultar a validade do cartão da Linha Turismo	1
Ter sistema de identificação do usuário, para o caso de perda do cartão	1
Melhorar o ponto da Unilivre	1



Além das melhorias sugeridas, os entrevistados puderam deixar comentários (críticas, sugestões e elogios) sobre o passeio na Linha Turismo. Ao todo 68 comentários foram tabulados. Os comentários foram convergidos de acordo com seu conteúdo e a tabela a seguir exibe os comentários e sua incidência. Destacam-se os elogios à cidade de Curitiba, as reclamações sobre a lotação dos ônibus e as reclamações sobre a dessincronização do áudio com os pontos de parada.

COMENTÁRIOS	
Elogios à Curitiba	7
Reclamações sobre o ônibus estar muito cheio	7
Reclamações do áudio não estar em sincronia com os pontos (perderam as paradas)	7
Elogios à Linha Turismo	6
Reclamações sobre piso e bancos molhados	5
Reclamações sobre o preço	4
Reclamações sobre alterações do roteiro sem aviso prévio (não parando em determinados atrativos)	4
Reclamações sobre falta de informações sobre o uso dos cartões (Linha Turismo e Cartão Usuário)	3
Reclamações sobre a pressa dos motoristas	3
Elogios ao áudio em vários idiomas	2
Reclamação de áudio ter volumes diferentes para cada idioma e do sotaque	2
Reclamações sobre atrasos	2
Sugestão de colocar um Posto de Informações Turísticas na Praça Tiradentes	1
Reclamações por atrativos e espaços gastronômicos não abrirem nas Segundas-feiras	1
Elogio ao Mercado Municipal	1
Reclamação sobre falta de aviso a respeito de atrativos fechados	1
Visibilidade ruim no piso inferior	1
Sugestão de organizar filas nos pontos	1
Sugestão de que seja colocada proteção nos ferros do toldo	1
Reclamação sobre ônibus que estragou	1
Reclamação de folder distribuído com informação errada (pertencente a Agência de Turismo)	1
Reclamação de fala de informações sobre não poder ficar de pé no ônibus	1
Reclamação sobre atendimento recebido	1
Reclamação por ser passeio longo e cansativo para crianças	1
Sugestão de que motoristas parem mais perto da calçada para facilitar embarque/desembarque de idosos	1
Reclamações sobre ônibus de excursão atrapalhando o ponto da Linha Turismo	1
Reclamação sobre o ônibus não ter parado no Parque São Lourenço	1
Sugestão de que haja sorteio de cartões	1

FICHA TÉCNICA

TATIANA TURRA KORMAN
Presidente

MAGALI DO ROCIO MONTALTO BREDI
Superintendente

ADRIANE VORTOLIN
LUIZ FELIPE ANDRADE STRUGO
Diretoria de Turismo

COORDENAÇÃO DA PESQUISA / ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO

CARLA MÄNNICH
Técnica em Turismo

COLABORAÇÃO TÉCNICA

MAÍRA PEDRON FONTANA
Analista em Turismo

WELLINGTON MEDEIROS
Analista em Turismo

JOÃO PEDRO DEVITA
Estagiário de Turismo

HELOÍSA QUADROS BRANDOLT
Estagiária de Turismo

DIAGRAMAÇÃO

Patrícia Kowaleski
Marketing



PESQUISADORES

ALEXANDER ROGER DA SILVA
CARLA MÄNNICH
DALCI SONTAG JÚNIOR
HELOÍSA QUADROS BRANDOLT
JOÃO PEDRO DEVITA
MAÍRA PEDRON FONTANA
MAYKEL FOGAÇA DE OLIVEIRA
WELLINGTON RAFAEL MEDEIROS

AGRADECIMENTOS

URBS



CURITIBA