

DETERMINANTES DE ESCOLHA DE LOCALIDADE E DE MODO NOS
DESLOCAMENTOS A LAZER

Flávia Carvalho de Souza

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DA COORDENAÇÃO DOS
PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS
PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIAS EM ENGENHARIA DE
TRANSPORTES.

Aprovada por:

Profa. Milena Bodmer, D.Sc.

Prof. Jorge Antônio Martins, D.Sc.

Prof. Luís Pérez Zotes, D.Sc.

Prof. Rômulo Dante Orrico Filho, D.Ing.

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

MARÇO DE 2006

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

SOUZA, FLÁVIA CARVALHO DE

Condicionantes de escolha de
localidade e de modo nos deslocamentos
a lazer [Rio de Janeiro] 2006

V, 156p. 29,7cm (COPPE/UFRJ, M. Sc.,
Engenharia de Transportes, 2006)

Dissertação – Universidade Federal do Rio de
Janeiro, COPPE

1. Atributos de escolha de localidade das
atividades de lazer
2. Atributos de escolha modal nos
deslocamentos a lazer

I. COPPE/ UFRJ II. Título (série)

Resumo de Dissertação apresentada à COPPE/UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Ciências (M.Sc.).

CONDICIONANTES DE ESCOLHA DE LOCALIDADE E DE MODO NOS
DESLOCAMENTOS A LAZER

Flávia Carvalho de Souza

Março/2006

Orientador: Milena Bodmer

Jorge Antonio Martins

Programa: Engenharia de Transporte

O presente trabalho trata das preferências em relação ao local escolhido e do modo utilizados nos deslocamentos a lazer. Inicialmente, é apresentada uma revisão bibliográfica sobre alguns aspectos relacionados a lazer, que é definido como uma importante atividade econômica para a cidade. Em seguida são mencionados alguns estudos que relacionam o transporte com as diversas atividades econômicas que formam a logística urbana da cidade. Finalmente são reveladas as análises realizadas sobre três atividades que fazem parte do conceito de lazer: atividades físicas, atividades gastronômicas e atividades sociais.

Abstract of Dissertation presented to COPPE/UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science (M.S.c)

DETERMINANTS OF LOCAL AND MODE CHOICE ON LEISURE TRIPS

Flávia Carvalho de Souza

March/2006

Advisor: Milena Bodmer

Jorge Antonio Martins

Department: Transport Engineering

The objective of this study is to reveal the preferences toward the local where leisure is consumed and the mode used on this trips. First a revision on some aspects concerned to the importance of leisure as social phenomena is presented, as well as the importance of leisure as an economic activity. Then, some studies on the relation between transport and the economica activities are mentioned, including leisure activities. Finally, the findings from the analysis wich reveal the determinants factors oflocal and modal choice on trips to phisical activities, gastronomic activities and social activities are shown.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais (Paizão e Mami) pelo apoio irrestrito e incondicional que me deram para que eu realizasse esse sonho.

À Milena, que não só me orientou neste trabalho, como muitas vezes foi minha “orientadora emocional, espiritual e profissional”, como eu costumava dizer...

Às minhas avós (Beta e Lucy) por sempre acreditarem em mim, e pelo interesse constante pelo meu trabalho.

Ao meu irmão (Tolesminho) pela “eterna boa vontade” em me ajudar com o computador... E pelo companheirismo nos estudos!!! Chegamos lá!!!

Às amigas Cacá, Rê, Vá (mesmo parcialmente à distância, com direito a horas na internet!), Nanda, Vivi, Jú e Flavinha por dividirem suas experiências comigo, e me ajudarem, como ninguém, a me divertir e a desanuviar nos momentos mais difíceis, e ainda por aturarem horas a fio de papos de “gerações de tabelas”!!!

À minha mais nova amiga Clarinha (Celeb!), que participou ativamente desses anos de mestrado, tanto nos momentos de trabalho como também nos de alegria e descontração!

A Eduardo Andrade (Dú), pela amizade e apoio durante os anos de mestrado, e com certeza agora, pela vida!

A Mary Paty, pela enorme contribuição para a realização deste trabalho.

A Guilherme Alcântara (Gui), pela sua amizade, pelos livros compartilhados e pelas palavras inspiradoras (e salvadoras!).

A Jorge A. Martins, pelas contribuições precisas e relevantes, indispensáveis para a conclusão deste trabalho!

A Luis Gustavo Barbosa, que foi quem me incentivou, primeiramente, a iniciar este trabalho, e que certamente me inspirou a seguir este rumo.

A Luis Coelho, meu professor de graduação, e agora grande amigo, por me acompanhar e me apoiar desde a minha formatura!

A Luis Perez Zotes, também meu professor de graduação, que desde o começo me incentivou a seguir este caminho e quem eu tive o prazer de ter em minha banca.

A Rômulo Dante Orrico Filho pelas contribuições relevantes para meu trabalho final.

A Assis, pessoa importantíssima no “início da minha carreira profissional”, e sem o qual, passar no vestibular teria sido bem mais difícil...

Aos amigos do PET Iza, Simone, Gustavo, Ayresinho, Alex, Cesinha, Sheilouca, Menini, André, Luciano pela amizade construída!

Aos funcionários do PET por toda atenção e ajuda dispensadas, especialmente Helena, Jane, Claudinha, Cássia, Diego, André e Luciano!

Índice

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	1
1.1. Apresentação do tema	4
1.2. Justificativa	6
1.3. Objetivos	7
1.4. Metodologia	8
1.5. Estrutura do trabalho	13
CAPÍTULO 2 - CONCEITUAÇÃO DE LAZER	15
2.1. Apresentação	16
2.2. Sugimento do lazer	17
2.3. O lazer hoje	19
2.4. Conceituação do lazer	23
2.5. Economia de lazer	30
2.6. Lazer nos estudos de transporte-atividade	36
Capítulo 3 – Contexto socioeconômico das atividades de lazer	43
3.1. Apresentação	44
3.2. Aspectos metodológicos	44
3.3. Participação da população estudada em atividades de lazer	45
3.4. Perfil da amostra	46
3.5. Características dos que praticam atividade física	50
3.6. Características dos que se envolvem em atividade gastronômica	54
3.7. Características dos que se envolvem em atividade social	59
CAPÍTULO 4 – PREFERÊNCIAS EM RELAÇÃO À ESCOLHA DE LOCALIDADE E DE MODO EM ATIVIDADES DE LAZER	63
4.1. Apresentação	64
4.2. Atividade Física	64
4.2.1. Preferências na escolha do local da atividade	66
4.2.2. Preferências quanto ao modo de transporte utilizado.....	70
4.3. Atividade gastronômica	81

4.3.1. Preferências na escolha do local da atividade	83
4.3.2. Preferências quanto ao modo de transporte utilizado.....	88
4.4. Atividade social	96
4.4.1. Preferências na escolha do local da atividade	101
4.4.2. Preferências quanto ao modo de transporte utilizado.....	106
4.5. Considerações finais sobre atividades de lazer	117
CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES	128
5.1. Conclusões	129
5.2. Recomendações	137
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138
ANEXO I	144

CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO

1. Introdução

A presente dissertação refere-se à pesquisa realizada pela autora para obtenção do título

de "Mestre em Ciências em Engenharia de Transportes" da COPPE/UFRJ, sendo inserida na linha de pesquisa dos seus orientadores sobre Planejamento e Gestão Integrada de Mobilidade, e está baseada no CONCEITO MÓBILE que efetivamente articula três dimensões distintas, a saber: Planejamento de Transporte e Uso do Solo, Gestão Intersetorial e Gerenciamento de Tráfego.

O planejamento integrado de transporte e uso do solo está baseado "na impossibilidade de se dissociar políticas de transporte de políticas de desenvolvimento urbano-regional" (MARTINS E BODMER,2002), e está voltado para a articulação da cadeia de atividades econômicas (estudo, trabalho, consumo e lazer, por exemplo), redefinindo assim a logística urbana.

A logística urbana se baseia na interação entre diversos agentes sociais, como o capital imobiliário, o capital fundiário, as diversas atividades econômicas, e o transporte, responsável pela definição do sistema de circulação, que interliga todas as atividades relacionadas aos processos de produção e consumo de bens e serviços da cidade, promovendo o desenvolvimento urbano-regional sustentável.

Contudo, segundo MARTINS E BODMER (2002) com a desestatização da economia, torna-se evidente a necessidade de oferta de serviços de transporte não somente baseados na dependência exclusiva no modo rodoviário (que permitem maior mobilidade), mas, sim, baseados na multimodalidade, na integração das atividades da

cadeia de atividades dos diversos tipos de cidadão-cliente¹, e que sejam financeira e ambientalmente auto-sustentáveis.

É nesse contexto que surge o conceito de produto-serviço ampliado, que pressupõe que os serviços de transporte, por agregarem valor de venda às atividades centrais dos empreendimentos urbanos, podem efetivamente agregar valor de uso, redefinindo produtos e serviços diferenciados na cidade, e assim, conciliando interesses sociais e econômicos.

Assim, a oferta de serviço de transporte agregado às atividades centrais dos empreendimentos (compras, negócios e lazer) deve ser gerenciada de forma articulada e integrada com todas as atividades lucrativas da cidade, a fim de se tornar uma vantagem competitiva.

Sob esta perspectiva, o transporte passa a ser encarado como um facilitador de consumo, uma vez que pode ser responsável pela criação de uma rede local de consumo, podendo interligar atividades da localidade, e fidelizar a comunidade ao seu comércio local, já que as atividades tornam-se fisicamente acessíveis aos cidadãos dessa área, o que resulta em um aumento na qualidade de vida dessas pessoas.

A idéia central dessa abordagem é fornecer um sistema de transporte próprio às redes de comércio, interligando os agentes que participam da produção de transportes e de atividades urbanas, alcançando assim, a revitalização das comunidades locais. (BODMER e MARTINS, 2005)

O serviço de transporte estaria disponível para as comunidades como um serviço complementar às atividades principais, uma vez que é ofertado dentro de um pacote de benefícios para o cidadão-cliente associado à rede de atividades, seguindo a tendência identificada por Kotler (apud MARTINS E BODMER, 2002) de que a oferta de simples produtos, atualmente, não é suficiente, deve-se ofertar pacotes de

¹ Cidadão-cliente: conceito desenvolvido pelo Grupo Móvil que designa o consumidor exigente e participante do processo de produção e de consumo dos serviços urbanos públicos e privados (MARTINS E BODMER, 2002)

benefícios, que apresentem não apenas valor de compra, mas também, valor de uso, como já mencionado.

Dessa forma, percebe-se que o cidadão-cliente desempenha um papel fundamental nessa abordagem, uma vez que qualquer produto ou serviço oferecido deve ser criado a partir da percepção dele, e para isso, torna-se fundamental o conhecimento de suas preferências em relação ao local onde realiza suas atividades (seja de consumo, de lazer, ou de trabalho), e em relação ao modo utilizado para acessar quaisquer destas atividades, para que possa ser ofertado um produto/serviço que atenda, efetivamente, às suas necessidades e expectativas.

Para tanto, o presente trabalho visa a identificar tais preferências em relação aos deslocamentos realizados para o propósito de lazer, uma vez que as viagens a trabalho já foram tratadas por VILLAVICENCIO (2004), as realizadas para o propósito de compras por SAMPAIO (2006), e o comportamento dos estudantes em relação aos seus deslocamentos por NASCIMENTO (2006).

É necessário detectar quais são os fatores que levam as pessoas a escolherem um determinado local para se envolverem em atividades de lazer (foco deste estudo) em detrimento de outros, para que seja possível oferecer o serviço desejado por elas, onde elas desejarem, bem como investigar os critérios considerados na escolha do modo utilizado em tais deslocamentos, para que, novamente, suas necessidades possam ser atendidas, e seja possível agregar qualidade de vida a essas pessoas.

1.1. Apresentação do Tema

A pesquisa relativa a lazer começou a partir de desdobramentos dos estudos sobre a vida em comunidade, o uso do tempo, a participação em atividades no tempo livre, sendo um dos primeiros sobre o lazer como fenômeno social realizado em 1899 por WEBLEN (SMITH e GODBEY, 1991).

Ao longo do tempo, o lazer foi adquirindo um peso cada vez maior na vida dos indivíduos: há 10.000 anos atrás o lazer era praticamente inexistente, já que a luta pela sobrevivência e subsistência era incessante; na sociedade rural, para a classe de trabalhadores, o conceito de lazer ainda não havia surgido, uma vez que a vida e o trabalho se davam concomitantemente em seus lares, e para a classe que não trabalhava, formada por pensadores e filósofos, o tempo era integralmente dedicado a atividades não-produtivas de toda sorte.

É a partir da Revolução Industrial que se começa a salientar a dicotomia entre lazer e trabalho, quando este começa a se dar em uma unidade distinta de espaço e tempo, a fábrica. E com a ruptura das atividades domésticas e de trabalho, este passa a ser encarado como mais importante.

Entretanto, com a produção em massa, propiciada pelo uso intensivo das máquinas, também se constatou um aumento no tempo livre, alcançando proporções nunca antes observadas. Este processo de aumento de tempo de lazer também se intensificou com a diminuição da jornada de trabalho, o aumento da expectativa de vida, e uma estrutura familiar cada vez menor, dos dias de hoje, possibilitando que as pessoas possam dedicar cada vez mais tempo ao lazer.

A relevância do lazer na sociedade atual pode ser expressa não apenas pelo crescimento do tempo dedicado a este tipo de atividade, mas também pela importância econômica revelada pelo setor.

Dados da Pesquisa Anual de Serviços (2001), realizada pelo IBGE, mostram que mais de 11% dos salários pagos na indústria de serviços se referem a funcionários de empresas do ramo de entretenimento (como alimentação, alojamento e outras serviços recreativos, culturais e desportivos), quase 25% do pessoal ocupado, e aproximadamente 40% das empresas também são deste setor.

MOLITOR (2000) ressalta que o setor de lazer será o maior setor econômico dos próximos 50 anos, já que o comportamento consumista está com os seus dias contados, pois o desejo por bens/coisas acaba, e abre espaço para o desejo por experiências e auto-desenvolvimento, ampliando com isso possibilidades de negócio.

A partir da contextualização do surgimento do lazer e sua importância na sociedade atual, faz-se necessário conceituar e classificar lazer para efeito deste trabalho. Cabe mencionar que inúmeras são as tentativas de conceituar e definir lazer, contudo considera-se aqui o lazer como as atividades realizadas pelo homem, de livre vontade, que não se refiram ao cumprimento de obrigações profissionais e de subsistência, adaptada da definição sustentada por DUMAZIDIER (1973).

Quanto à classificação das atividades de lazer, também não há unanimidade, muitas são as existentes, e vários autores apresentam suas próprias (como mostra o Capítulo 2), incluindo as atividades realizadas dentro e fora de casa. Porém, como o presente estudo trata justamente dos deslocamentos realizados para tal propósito, serão somente consideradas as atividades que requeiram deslocamentos.

Dada a falta de dados específicos sobre as viagens a lazer, aliada à escassez de tempo e de recursos financeiros, não foi possível a coleta de dados para a realização do presente estudo. Contudo, serão utilizados os dados de uma pesquisa (MARTINS e BODMER, 2002) que, embora não tenha tido como foco os deslocamentos a lazer, dispõe de uma ampla gama de informações úteis para tal finalidade, devido a sua abrangência, e a seguinte classificação será adotada: atividades físicas, atividades gastronômicas e atividades sociais.

1.2. Justificativa

A partir do CONCEITO MÓBILE, já descrito anteriormente, e da constatação de BODMER e MARTINS (2003) que destaca que o transporte representa um serviço fornecido para a demanda derivada de diferentes atividades, e, portanto, não deve ser tratado isoladamente, mas sim associado a tais atividades, que representam a razão para os deslocamentos, e da importância da atividade de lazer na sociedade atual, tida, reconhecidamente, como uma atividade econômica relevante para a economia, torna-se necessário o entendimento das viagens relacionadas a este propósito, por meio da análise das preferências em relação à escolha do local da atividade, o modo utilizado e os atributos de escolha do mesmo.

Certamente, o comportamento das pessoas quando se deslocam a trabalho se apresenta diferentemente de quando se deslocam a lazer, devido à enorme distinção em relação à natureza destas duas atividades. Contudo, muitos são os estudos que tratam dos deslocamentos para o propósito de trabalho, e poucos que abordem especificamente as viagens a lazer.

Dada a falta de estudos neste campo, somada à importância que vem sendo dada ao lazer na sociedade pós-industrial, este estudo pode ampliar o conhecimento sobre um determinado segmento do serviço de transporte, o de viagens a lazer, até então negligenciado.

Mesmo entre as pessoas que viajam a lazer, certamente seus comportamentos não são homogêneos, provavelmente variam em função de características socioeconômicas. Neste caso, torna-se importante definir alguns segmentos (consumidores com características e comportamentos semelhantes) e examinar, o que estes consideram ao decidir sobre suas viagens e atividades de lazer.

Assim, analisando os principais atributos de escolha de serviço de transporte considerados pelos que viajam a lazer, possibilita-se a melhoria na qualidade da oferta de serviços de transporte, que por sua vez estará mais adequada às necessidades dos mesmos. E ainda: tais critérios podem ser utilizados para o melhor entendimento das necessidades dos que viajam a lazer, e os estabelecimentos que oferecem serviços desse tipo, com base neste conhecimento, poderiam trabalhar em parceria e oferecer aos seus clientes o serviço de transporte que seguisse essas preferências.

Assim, resgatando o conceito de produto-serviço ampliado, pode-se dizer que quando se conhece melhor os hábitos de consumo de serviço de transportes dos que se deslocam a lazer, o propósito deste trabalho, e entendendo que as atividades de lazer fazem parte das atividades lucrativas da cidade, cria-se a possibilidade de se incorporar a estas, serviços mais adequados de transporte para tal demanda, considerando as suas especificidades.

1.3. Objetivos

O presente trabalho tem por objetivo identificar as preferências dos indivíduos em relação à escolha da localidade para consumo de atividades de lazer, do modo que utilizam nos deslocamentos, bem como dos atributos de escolha modal.

Assume-se aqui a hipótese de que estes comportamentos não são homogêneos, e que variam em função de algumas características socioeconômicas.

1.4. Metodologia

O presente estudo é constituído primeiramente de uma revisão bibliográfica, abrangendo os temas abaixo:

- Conceito de lazer, desde o surgimento do tempo livre até a importância do lazer na sociedade atual, abordando não só os aspectos sociais e culturais, mas também econômicos, revelando sua relevância na geração de renda e de empregos;
- Classificação de atividades de lazer
- Estado da arte de pesquisas sobre transporte a lazer: a estrutura diária das atividades, por meio do encadeamento de viagens e da alocação do tempo por parte dos indivíduos, e como as atividades de lazer se inserem nesta estrutura.

A partir da compreensão da importância do lazer na sociedade atual, e da constatação da falta de estudos que tratem as preferências dos usuários nos deslocamentos realizados para tal propósito, segue a análise voltada para o comportamento dos indivíduos que usufruem de alguma maneira de lazer. Dada a limitação de disponibilidade dos dados, tal análise não abrange todas as atividades de lazer, restringindo-se apenas a atividades contidas no banco de dados criado por MARTINS e BODMER (2002), e abrangendo assim, atividades físicas, gastronomia e atividades sociais. Trata-se de identificar, para estas atividades, as razões de escolha quanto à

localidade, e ao modo de transporte tipicamente utilizado (a partir da frequência estabelecida isoladamente para cada atividade).

A principal hipótese a ser verificada neste trabalho diz respeito à associação dos atributos de escolha, ou seja, as razões de escolha do local de atividade e do modo de deslocamento, às características socioeconômicas dos indivíduos.

Cabe ressaltar que os resultados gerados não pretendem retratar toda a realidade brasileira, tampouco a de alguma região específica. Embora não se possa alcançar resultado que possa ser amplamente generalizado, dada a restrição de informações obtidas de algumas localidades brasileiras, espera-se identificar tendências comportamentais (de preferências) de diferentes grupos socioeconômicos. Os dados foram coletados em 9 regiões metropolitanas do país: Belém, Natal, Maceió, Aracaju, Salvador, Vitória, Rio de Janeiro, Florianópolis e Porto Alegre, abrangendo uma amostra de 6.158 indivíduos, a partir da base de dados² do estudo realizado por MARTINS e BODMER (2002) e sua equipe de pesquisa. Da referida base foram retirados não apenas os dados do interesse desta dissertação, mas também das dissertações de SAMPAIO (2006), que trata de algumas atividades de consumo de bens e serviços, e de NASCIMENTO (2006), voltada para investigação sobre o comportamento dos estudantes.

Com o intuito de identificar os principais atributos de escolha tanto em relação à localidade, quanto em relação ao modo utilizado nos deslocamentos a lazer, faz-se necessário, primeiramente, considerar o perfil da população estudada, por meio da análise de algumas variáveis socioeconômicas (estado civil, sexo, faixa etária, se o indivíduo tem filhos, se trabalha, posse de veículo, faixa de renda familiar a qual indivíduo pertence).

Quanto às preferências declaradas nas escolhas dos locais onde as atividades são praticadas, seis atributos foram considerados e o respondente poderia escolher tantos quantos ele se identificasse, sendo eles:

- Proximidade da atividade principal

² A base de dados utilizada no presente trabalho foi desenvolvida pelo grupo Móbile para o um estudo de viabilidade econômica e financeira de transporte aquaviário nas regiões mencionadas, encomendada pelo BNDES

- Proximidade de casa
- Marca/nome
- Preço
- Facilidades
- Diversidade

Da mesma forma se procedeu quanto aos 8 atributos de escolha modal:

- Tempo de espera
- Tempo de viagem
- Preço
- Segurança
- Conforto
- Frequência
- Acessibilidade
- Único meio

Já os modos foram agrupados em 3 grandes categorias:

- Coletivo: ônibus, van, trem/metrô e barcas
- Não motorizado: bicicleta e a pé
- Individual motorizado: moto, táxi e carro

Em seguida procede-se a análise para identificar os principais critérios de escolha do local de prática das atividades e do modo de transporte utilizado. A metodologia utilizada pode ser vista na figura 1. As atividades serão tratadas separadamente, com um item dedicado a cada uma delas, e nesta ordem: atividade física, gastronomia e atividade social. Primeiramente, será definida a frequência a ser utilizada na análise de cada atividade, visto que cada uma delas apresenta natureza diferente e suas especificidades, e, a partir das frequências estabelecidas previamente na base de dados, aglutinam-se duas categorias, que podem variar de acordo com a atividade, e assim é criada a tipologia específica. Estabelecida esta tipologia específica, para efeito da análise de preferências, alguma categoria de frequência pode ser desconsiderada por apresentar baixa representatividade, e não influenciar nos resultados finais. Cabe ressaltar que, no início de cada item, será apresentada uma figura com o esquemático específico da atividade em questão.

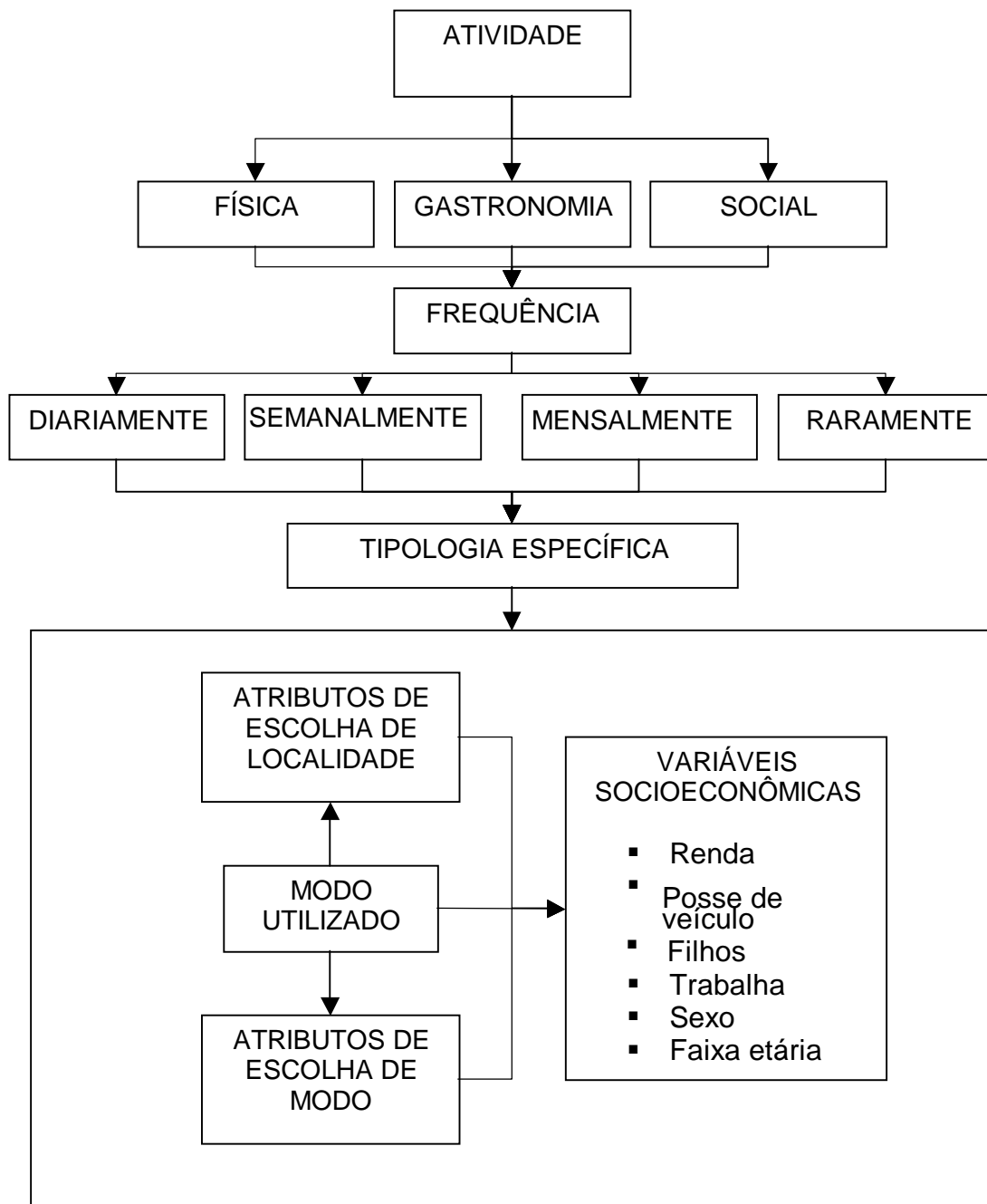


Figura 1 – Metodologia de análise de dados

Posteriormente, os atributos de escolha de localidade são identificados, e associados com as variáveis socioeconômicas para verificar se há diferença significativa entre elas. O mesmo procedimento se dá com o modo e com os atributos de escolha modal. Em seguida, resgatam-se os critérios de escolha de localidade, que são confrontados com o modo e seus respectivos atributos de escolha, com intuito de verificar se as respostas estão coerentes.

Ao final da análise das determinantes de escolha de local, e de modo, resgata-se a classificação criada por Villavicencio (2004), que, em sua análise sobre as preferências dos que se deslocam em viagens compulsórias a trabalho, agrupou os critérios de escolha dos modos de transporte utilizados em:

- Dimensão temporal: tempo de viagem, tempo de espera e frequência;
- Dimensão espacial: próximo do ponto e próximo da origem/destino;³
- Dimensão econômica: preço, conforto e segurança e
- Dependência: único meio

A partir destas dimensões, e adaptando-as para as preferências em relação aos atributos de escolha de localidade, chega-se a uma nova classificação como segue:

- Espacial: proximidade da atividade principal e proximidade de casa
- Econômica: preço
- Qualidade: diversidade, facilidades, e marca/nome

Já para os atributos de escolha modal utilizam-se as mesmas dimensões, porém desdobrando a “econômica” para “qualidade”, que engloba conforto e segurança, e a econômica permanece apenas o atributo preço, assim, a classificação de dimensões para o presente trabalho se dá como segue:

³ Para efeito do presente trabalho, os atributos proximidade do ponto e proximidade da origem/destino, da base de dados original, foram aglutinados, formando o atributo acessibilidade.

- Temporal: tempo de viagem, tempo de espera e frequência
- Espacial: acessibilidade
- Econômica: preço
- Qualidade: conforto e segurança
- Dependência

Por fim, o capítulo será concluído com destaque para as principais determinantes de escolha de cada fator tratado, bem como das diferenças entre as características socioeconômicas.

1.5. Estrutura do trabalho

O presente trabalho está dividido em 5 capítulos no intuito de propiciar um melhor entendimento.

O **Capítulo 2 – Conceituações de lazer e seu papel na sociedade** tem como objetivo oferecer um entendimento de como se deu o surgimento do lazer desde os primórdios, passando por sua evolução e chegando até o conceito que se percebe atualmente. Em seguida trata-se da conceituação do lazer propriamente dita, bem como sua classificação. A sua importância econômica para a sociedade de hoje também é levantada, revelando alguns dados e previsões para o setor. Uma compilação dos estudos que abordam o lazer, de alguma maneira, é apresentada.

O **Capítulo 3 – Contexto socioeconômico das atividades de lazer** situa a atividade de lazer, por meio das três atividades abordadas para este estudo, considerando toda a população pesquisada.

O **Capítulo 4 – Análise das preferências em relação a local, modo, atributos modais das atividades de lazer** identifica os principais critérios de escolha apontados pelos respondentes no que se refere à localidade, e o modo de transporte utilizado nos deslocamentos para realização das atividades físicas, gastronômicas e sociais, estabelecendo relações entre tais critérios e características socioeconômicas, com vistas a identificar semelhanças e diferenças.

O **Capítulo 5 – Conclusões e recomendações** apresenta um resumo de cada uma das atividades, oferecendo uma análise comparativa entre as mesmas, revelando semelhanças e diferenças, e ainda fazendo recomendações baseadas nas conclusões das análises realizadas.

**Capítulo 2: Conceituações de Lazer e seu Papel na
Sociedade**

2. CONCEITUAÇÕES DE LAZER E SEU PAPEL NA SOCIEDADE

2.1. Apresentação

Este capítulo tem como objetivo contextualizar a atividade de lazer na sociedade atual, abrangendo tanto sua importância econômica como a social, e para tanto foi dividido em quatro partes: 2.2. Surgimento do Lazer, 2.3. O Lazer hoje, 2.4. Conceituação de Lazer, 2.5. Economia do Lazer, 2.6. Lazer nos estudos de transporte-atividade

O item 2.2 aborda o surgimento do lazer, desde os primórdios quando os homens dedicavam quase todo o seu tempo à sua subsistência, passando pela sociedade agrícola e artesanal, chegando à sociedade industrial, quando, enfim, o local de trabalho se dissocia do local de lazer.

No item 2.3 é revelado como o lazer apresenta-se na sociedade atual, com a diminuição da jornada de trabalho, advento de tecnologias que minimizam o trabalho doméstico e ainda um aumento na expectativa de vida, todos estes fatores levando a um tempo livre cada vez maior.

Já o item 2.4 busca-se uma conceituação para o lazer, tratando-se, então, da dificuldade e da complexidade envolvidas na busca de uma única e conclusiva definição para um termo tão amplo, que é composto por elementos que vão desde as diferentes categorias de tempo existentes até a possibilidade ou não da existência de lazer em atividades relacionadas a trabalho, e chegando, por fim, à definição utilizada no presente trabalho.

O item 2.5 tem como objetivo demonstrar a importância econômica do lazer, sendo este caracterizado como uma atividade econômica, em franco crescimento, confirmado por estatísticas que revelam a magnitude do setor.

Por fim, o item 2.6 revela algumas abordagens adotadas nos estudos que tratam, de alguma forma, transporte atrelado às atividades socioeconômicas.

2.2. Surgimento do Lazer

O primeiro passo para o devido entendimento da importância do lazer na sociedade de hoje é conhecer como se deu o seu surgimento e desenvolvimento desde os primórdios. O tempo livre cresceu conforme a sociedade progrediu através de cada uma das eras das principais atividades econômicas.

Segundo MUTLU e ASIK (2002), há dez mil anos, a luta pela subsistência e sobrevivência demandava um esforço em tempo integral, sendo o lazer quase inexistente. Com o desenvolvimento da agricultura, por volta de 8.000 A.C., o tempo gasto com a caça diminuiu, liberando cerca de 10% do tempo de vida para o lazer, sobrando tempo para se interessar por outras coisas, que não só a busca por alimentos ou pela sobrevivência.

Na Grécia Antiga, todo o tipo de trabalho relacionado à agricultura, comércio e até mesmo educação era delegado aos escravos, servos e *“outlander noncitizen”*, tendo um significado de degradação, enquanto a não necessidade de trabalhar era tida como nobre, e o lazer era privilégio dos filósofos e pensadores. (MUTLU e ASIK, 2002)

Ainda segundo os mesmos autores, essas condições econômicas e sociais possibilitaram o lazer na Grécia desta época. A escravidão era tida como natural, e ficava claro que o lazer não era para todo mundo. Alguns nasciam para trabalhar, enquanto outros nasciam para viver uma vida de lazer.

Os escravos, que não eram cidadãos gregos, trabalhavam em minas, baixos cargos públicos, em casas de famílias ricas, ou podiam pagar uma cota anual a seus donos e viver a própria vida. Já os cidadãos pobres não tinham direito a escravos, e trabalhavam como comerciantes, artesãos ou fazendeiros, e como os escravos tinham que trabalhar, não tinham direito a lazer.

Já na sociedade rural, tanto o camponês quanto o artesão trabalhavam no mesmo local em que viviam, era difícil distinguir o tempo destinado às atividades relacionadas ao trabalho daquele destinado a atividades domésticas ou ao lazer. (De Masi, 2000)

Nesta época, também havia duas classes sociais: uma que trabalhava e outra que não trabalhava. Para os que pertenciam à primeira, o trabalho e a vida coincidiam totalmente, o lar e a oficina coexistiam. O chefe da família era o mesmo chefe da oficina, os membros da família eram os parentes, o crescimento de uma criança se dava concomitantemente ao aprendizado do ofício, e ainda, o tempo dedicado ao trabalho coincidia com o dedicado à vida, o conceito de lazer ainda não existia.

Os pertencentes à segunda classe, como os pensadores e filósofos, dedicavam seu tempo a atividades não-produtivas, como a aquisição de talentos eruditos, conhecimentos diversos como, por exemplo, línguas ou ainda atividades improdutivas que permitiam trazer alguma prova material, tais como, caça e viagens (sendo o próprio animal e algumas lembranças de viagens as provas materiais). Agiam desta maneira não só para demonstrar a todos que possuíam dinheiro suficiente para levar a vida sem trabalhar, mas também porque para eles o trabalho era considerado indigno. (BARRETTO, 1995)

Estima-se que até o século XVI, devido à grande quantidade de tempo dedicada à produção dos bens pelos artesãos, apenas 17% do tempo de vida era consumido por atividades de lazer (MOLITOR, 2000).

Com a Revolução Industrial, a produção passa a ocorrer em uma unidade de espaço e de tempo, a fábrica. A partir de então, o ambiente da vida não mais coincide com o do trabalho. Há uma ruptura nas atividades domésticas e de trabalho propriamente dita, sendo esta última considerada mais importante.

Estimativas revelam que, com o advento das máquinas e da automação, e em consequência disso a produção em massa, o tempo dedicado a lazer aumentou, variando entre 18% e 23%, chegando a ultrapassar este valor a partir de 1770.

MORIN (1967) destaca que o lazer abre novos horizontes, não só em relação ao bem-estar e ao consumo, mas também de uma nova vida privada, o que significa que o lazer deixa de ser o vazio de repouso e da recuperação física e psíquica para mais uma jornada de trabalho ou a participação coletiva em festas e atividades familiares produtivas e passa a ser a possibilidade de ter uma vida consumidora.

Com esta visão de que o lazer está isolado do trabalho, passa-se a ter a noção de que o tempo destinado a lazer surge como uma categoria diferente de tempo, sendo encarado como um meio de contrabalançar e competir com o tempo destinado ao trabalho (THEUNS, 1989).

“A questão do lazer, portanto, surge dentro do universo do trabalho e em oposição a ele: a dicotomia é, na verdade, entre tempo de trabalho versus tempo livre ou liberado, e por lazer entende-se geralmente o conjunto de ocupações que o preenchem” (MAGNANI, 1994).

Assim, percebe-se que a noção de tempo livre decorre do não-trabalho, ou seja, o tempo que não se dedica ao trabalho e a atividades de subsistência, sendo o tempo dispensado a se fazer o que se deseja, sem obrigação.

Fica claro, então, que a sociedade tem como referência, desde o início da modernidade, o trabalho. Entretanto, essa posição começa a ser colocada em questão, sendo o trabalho encarado como fonte de renda necessária para a satisfação de necessidades, mas não mais o meio de dignificar a vida. Assim, outras práticas relacionadas a outros conceitos, tais como o consumismo, o hedonismo e a busca do prazer individual vêm assumindo postos cada vez mais importantes. (CELT, 2004)

2.3. Lazer hoje

Se por um lado a sociedade industrial separava trabalho do lazer, a vida do homem e da mulher, o cansaço da diversão, creditando ao trabalho uma importância desproporcionada, tornando-se a categoria dominante na vida humana, em relação à qualquer outra, seja família, estudo ou lazer, permaneceu subordinada, por outro, a sociedade pós-industrial encara de maneira distinta o trabalho e o lazer.

Segundo DE MASI (2000), hoje se tem mais tempo livre do que nunca. O homem de Neanderthal vivia em média 250.000 horas, e durante toda a sua vida devia se preocupar em encontrar alimentos, se defender de outros animais entre outras atividades.

Ainda segundo o mesmo autor, em 1800 o trabalhador vivia em média 300.000 horas, trabalhava cerca de 120.000 horas, entretanto apenas 25.000 horas sobravam como tempo livre. Hoje, um jovem tem como expectativa de vida de 530.000 horas, trabalhando 80.000 e destinando outras 219.000 para dormir e se cuidar, ainda restam 226.000 de tempo disponível.

Alguns fatores podem ser destacados como fundamentais neste aumento do tempo livre disponível na sociedade atual. O primeiro a ser citado é a tendência de diminuição da carga horária semanal de trabalho, que devido ao avanço tecnológico, o desenvolvimento organizacional, bem como a globalização, mais bens ou serviços podem ser produzidos utilizando menos trabalho humano.

Esta diminuição pode ser percebida a partir do final do século XVIII, quando a semana de trabalho era de 72 horas, caindo para 69,8 em 1859 e chegando às 40 horas semanais aplicadas atualmente. Na Europa nota-se até jornadas de 30 a 35 horas semanais.

Atualmente existe ainda uma corrente política, constituída principalmente por partidos trabalhistas europeus, que prega a diminuição da jornada de trabalho para 20 horas, devido ao alto nível de desemprego, embora ainda não se encontre em uso.

DE MASI (2000) cita um cálculo desenvolvido pelo economista Nicola Cacace, segundo o qual há cem anos a Itália contava com 15 milhões de trabalhadores, cada um dedicando em média 3.100 horas ao trabalho por ano, totalizando 47 bilhões de horas. Atualmente, o total de trabalhadores soma 20 milhões, e o total de horas trabalhadas caiu para 1.750, somando 35 bilhões de horas. Ainda trabalhando 12 bilhões de horas a menos, os trabalhadores atuais conseguem produzir treze vezes mais.

No Brasil, a conquista do tempo livre se deu a partir da promulgação da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho). Até então vigorava a jornada de trabalho diário de quinze a dezesseis horas diárias, incluindo os sábados e domingos. A CLT instituiu algumas medidas em defesa dos trabalhadores, tais como o salário-mínimo, a aposentadoria, a legalização da jornada diária de oito horas e as férias anuais remuneradas. Entretanto, para se liberar o sábado, aumentou-se a jornada dos outros dias da semana, sendo a jornada semanal de quarenta e oito horas. Apenas em 1987, quando se instala o Congresso Nacional Constituinte, é que a jornada de trabalho chega a quarenta e quatro horas semanais. (RODRIGUES, 2001)

Nota-se que a defasagem do Brasil em relação aos países europeus e aos Estados Unidos é clara. Enquanto os últimos estão lutando para diminuir a jornada semanal além das quarenta horas, alguns já tendo até conseguido tal feito, o Brasil havia conseguido a redução para as quarenta e quatro horas semanais.

Além da diminuição das horas trabalhadas, outro aspecto importante é a crescente expectativa de vida, duplicada em apenas duas gerações, que possibilita um maior tempo de aposentadoria a ser usufruída pelos trabalhadores.

No que tange à estrutura familiar, a decisão de se ter menos filhos faz com que sobre mais tempo para a execução de outras atividades, incluindo o lazer, ao diminuir o tempo dedicado à criação e cuidado dos mesmos.

Todos estes fatores supracitados somados levam a uma maior disponibilidade de tempo livre, porém VERBEKE e DIETVORST (1987) ressaltam que paralelamente ao aumento do tempo livre se dá uma diminuição do orçamento doméstico, o que influencia diretamente no consumo de atividades de lazer.

Relacionando lazer à classe social, DUMAZIDIER (1973) revela que o crescimento do lazer não se dá igualmente em todas elas. O mesmo autor, na época da publicação desta obra, previu que devido à descoberta de novas fontes de energia e à expansão da automação, a diminuição da jornada de trabalho se daria para todos e que a era do trabalho daria lugar à “era dos lazeres”.⁴

Entretanto, se por um lado a menor jornada de trabalho de fato se estabeleceu e por conta disso o tempo destinado ao lazer aumentou, por outro os mesmos fatores contribuíram para o aumento do número de desempregados, que, conseqüentemente, aumenta o número de pessoas que procuram por emprego, o que acarreta em um pensamento de ter que trabalhar mais para garantir o trabalho, uma vez que se as tarefas não estão sendo realizadas de maneira satisfatória, terá outra pessoa interessada neste lugar.

Dentro deste contexto, MOLITOR (2000) resalta que esta tendência ao aumento do tempo livre está longe de ter um fim, seja pela diminuição do tempo dedicado ao trabalho, seja pela diminuição do tempo gasto em tarefas domésticas.

O mesmo autor destaca alguns pontos que contribuem para esta tendência à diminuição do tempo dedicado ao trabalho, a saber:

⁴ Nota-se que esta previsão não se confirmou, uma vez que em alguns países já se constata diminuição da jornada de trabalho, como na Holanda, enquanto no Brasil, por exemplo, esta permanece, oficialmente, em 40 horas semanais. Ademais, fenômenos como o emprego informal, o subemprego e a dupla jornada de trabalho percebidos mais claramente em países em desenvolvimento não foram considerados na época, mas atualmente fazem parte da realidade, e não devem ser ignorados, já que elevam consideravelmente as horas trabalhadas. No Brasil percebe-se ainda um tempo elevado gasto em deslocamentos, devido à dimensão das grandes cidades brasileiras, principalmente quando comparada às grandes cidades européias, o que implica em menos tempo livre.

- Jornada de trabalho: como já mencionado anteriormente, a queda na quantidade de horas trabalhadas por semana vem decaindo ao longo do tempo, passando de 72 horas no século XVIII e chegando a 40 horas semanais nos anos 90, e ainda se percebe um movimento de queda em países da Europa e nos Estados Unidos. Ao contrário do que a percepção popular leva a crer, a maior parcela de tempo livre está nos dias de semana, e não nos finais de semana, somando de 25 a 40 horas por semana, contra 24 horas nos finais de semana. Cabe ressaltar que o tempo livre dos dias de semana está normalmente limitado às noites, em períodos mais curtos do que os dias inteiros disponíveis nos finais de semana, o que tende a possibilitar diferentes tipos de atividades.
- Férias: o período de férias também tende a aumentar, impulsionado por políticas liberais que vêm sendo adotadas na Europa Ocidental, onde trabalhadores já gozam de períodos de até 32,5 dias na Holanda, por exemplo.
- Feriados: nos Estados Unidos hoje existem 10 dias de feriados nacionais apesar de serem observados alguns mais nas esferas estadual e municipal. Alguns países do mundo chegam a apresentar 18 feriados por ano, e na sociedade atual, com uma variedade de grupos raciais, étnicos e religiosos, o número de feriados tende a aumentar ainda mais.
- Licenças ou faltas: pagas ou não, também têm sido cada vez mais generosas. Provisões de folgas (*time off*) incluem problemas pessoais, consultas médicas e doenças, licenças maternidade e paternidade, pausa para lanche, pausa para descanso entre outras.
- Aposentadoria: também tem contribuído para o aumento do tempo livre, uma vez que está chegando cada vez mais cedo. A idade média para aposentadoria caiu dos 67 entre 1950-1955 para 60 nos anos 90. Entretanto, devido ao aumento na expectativa de vida, esta idade de elegibilidade tende a aumentar novamente, já que as pessoas terão mais tempo para gozar de sua aposentadoria, o que ainda assim representa um aumento no tempo livre.

Vale ressaltar também que este aumento do tempo livre em detrimento do tempo consumido pelo trabalho influencia também no interesse dos consumidores, que está mudando, e o que MOLITOR (2000) denomina como a Era do Lazer prioriza as experiências e não mais a busca por *coisas/bens*. A dominância do tempo do lazer em detrimento do tempo do trabalho leva a mudanças não só nas atitudes, mas também nas preferências por atividades.

No âmbito psicológico, as necessidades de lazer e turismo vêm depois que todas as outras necessidades vitais já foram atendidas (BARRETTO,1995). Na escala de Maslow, as necessidades humanas são classificadas em: primeiramente, na base da pirâmide, as necessidades físicas (fisiológicas e de segurança); em segundo as necessidades sociais (afetivas e de estima); e em seguida as necessidades psíquicas (autodesenvolvimento e auto-realização).

Assim como para o turismo, o lazer pode ser considerado uma necessidade social se a pessoa entende que praticando atividades de lazer será socialmente aceita pelo grupo, ou pode ser considerada uma necessidade psíquica se a pessoa encara tais atividades como uma forma de satisfação ou de prazer.

2.4. Conceituação de Lazer

“Somente no final do século XIX que alguma coisa parecida com o conceito de lazer surgirá”, pois é quando o lazer passa a ser não só uma forma de recarregar as energias para mais uma jornada de trabalho, mas se torna também um bem de consumo, na medida em que equipamentos e atividades direcionadas a este propósito são criados, e haverá um mercado de consumo para o mesmo (BARRETTO, 1995).

O primeiro passo na busca da conceituação do lazer é o entendimento das várias categorias de tempo existentes. Segundo ACERENZA (apud BARRETTO,1995), o tempo está dividido em: tempo de vida natural, o biológico; tempo de trabalho; tempo dedicado a obrigações familiar e sociais e tempo livre, que por sua vez se divide em: de fim de jornada, de fim de semana, e de férias.

Outra divisão do tempo é apresentada por KNOFLACHER (2000) em que o dia é dividido em horário de trabalho, tempo consumido com obrigações tais como compras, reparos, obrigações familiares, tempo para reprodução, sono, refeições higiene pessoal e lazer. As atividades de lazer abrangem conversar e socializar com a família e amigos, visitas, jogos, música, esportes, atividades culturais, caminhar, andar de bicicleta, ir à igreja, excursões e viagens.

No que se refere à divisão do tempo livre entre os dias da semana, anteriormente denominado de fim de jornada, normalmente, a tendência é de que se pense que a maior parte do tempo livre está nos fins de semana. Entretanto, como revela MOLITOR (2000), aproximadamente dois terços do tempo livre total está nos 5 dias úteis da semana. A diferença é que o tempo livre disponível durante a semana fica concentrado nas noites, e já nos fins de semana se têm dois dias inteiros, mas por outro lado, pode ser preenchido também por outros interesses que não só o lazer.

Segundo KNOFLACHER (2000), o tempo dedicado a estas diferentes atividades pode variar bastante de acordo com as circunstâncias. Em média, o tempo para lazer em dia de semana para pessoas que trabalham em tempo integral é de 4,5 horas, para pensionistas e jovens com menos de 18 anos este tempo aumenta para 6,5 horas. Esta média é válida para dias de trabalho e dias de semana.

Alguns autores ressaltam que existe uma significativa diferença entre tempo livre do desempregado ou do aposentado, e tempo livre, sendo que este pressupõe a existência de um tempo dedicado ao trabalho. (BARRETTO, 1995).

Assim, percebe-se que a visão de lazer foi mudando ao longo do tempo, e com isso também a evolução do conceito de lazer.

Na Grécia Antiga, a relação existente entre lazer e trabalho era percebida inclusive etimologicamente, uma vez que a palavra para lazer era *schole* e a para trabalho era *ascholia*, isto é, a falta de lazer. (MUTLU e ASIK, 2002)

De acordo com DUMAZIDIER (1973), os grandes doutrinadores sociais do século XIX pressentiram o aparecimento do lazer, porém cada um o define de uma forma. Por exemplo, para Marx, o lazer é “o espaço que possibilita o desenvolvimento humano”; para Proudhon é o tempo que permite as composições livres; Augusto Comte o tinha como a possibilidade de desenvolver a “astronomia popular”.

O mesmo autor conceitua lazer da seguinte maneira:

“O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares ou sociais”.

MUTLU e ASIK (2002) citam algumas definições tais como: “oportunidade ou tempo dedicado à liberdade de ocupação imediata ou dever” (*“opportunity or time afforded by freedom of immediate occupation or duty”*), ou “tempo livre depois de atendidas as necessidades práticas da vida” (*“free time after the practical necessities of life have been attended to”*). Ainda segundo os mesmos autores, lazer pode ser definido como “a prática de atividades preferenciais que oferecem diversão e prazer, ao invés de atividades cotidianas, que normalmente apresentam um senso de restrição e obrigatoriedade” (*“the exertion of a preferred activity that provides diversion and pleasure, instead of the everyday routine activities which are usually carried out in a sense of constraint and obligation”*).

Percebe-se que nas duas primeiras definições de MUTLU e ASIK o lazer é tido como o tempo disponível após o cumprimento de obrigações ou necessidades. Já a última definição citada por eles, se aproxima mais à dada por DUMAZIDIER anteriormente, ambas considerando o lazer como um conjunto de ocupações ou atividades, sempre relacionadas ao prazer, ao divertimento, enfim: ao que preferencialmente um indivíduo faz para sentir-se bem no dia-a-dia.

MEURS (2000) entende que tempo para lazer é todo o tempo que a pessoa não dedica a garantir seu bem-estar futuro, em um sentido amplo, o que significa que

atividades voltadas para obtenção de renda, cuidados com a casa, ou com outras pessoas, não podem ser consideradas parte do tempo livre. Assim, o tempo livre é mais limitado do que o tempo que não é gasto com atividades remuneradas, ou seja, além do tempo de trabalho “oficial”, o tempo para atividades necessárias também fica de fora do conceito de tempo livre.

Percebe-se assim, que o conceito de diversão fica implícito em qualquer definição de tempo livre, embora não exclusivamente ela, já que em alguns casos aquisição de conhecimento, participação social voluntária, prática religiosa entre outros também são considerados como atividades que preenchem o tempo livre.

Segundo LANZENDORF (2000), o lazer pode ser definido como o tempo livre do indivíduo colocado à sua disposição, ou, seja, livre de obrigações como trabalho, família, negócio ou regeneração física pessoal, apesar de que para muitas pessoas esta atividade proporciona prazer.

Conceituar lazer é uma tarefa difícil, pois determinadas atividades podem ser definidas como lazer ou não, dependendo das circunstâncias ou das características e necessidades da pessoa que o pratica. Por exemplo, para muitas pessoas praticar exercício físico pode ser um momento de lazer, enquanto para outras pode ser encarado como uma obrigação, ou sacrifício. Comer em casa normalmente é encaixado como atividade de manutenção, enquanto sair para comer pode ser visto como uma atividade de lazer. Não se pode ignorar também o fato de que há pessoas que encontram prazer na realização do seu próprio trabalho. Porém como mencionado no capítulo anterior, para o presente trabalho lazer fica definido como as atividades realizadas pelo homem, de livre vontade, que não se refiram ao cumprimento de obrigações profissionais e de subsistência.

Em muitos estudos a abordagem do conceito de lazer permeia também o conceito de turismo, e vice-versa. Assim como ocorre com o lazer, existem inúmeras definições para o turismo, e como SMITH E GODBEY (1991) observaram, para ambos não existe uma única definição universalmente aceita.

A dificuldade de se distinguir turismo e lazer no Brasil surge devido à falta de dados exclusivamente de lazer, pois normalmente os estabelecimentos de lazer estão contidos nas pesquisas de turismo que englobam todo o setor de entretenimento, inclusive o setor de alimentação.

Contudo, para o efeito deste trabalho, a definição de lazer mais pertinente, e a que será considerada, é a de DUMAZIDIER (1973): “o lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares ou sociais”, que embora seja a mais antiga das citadas, é a mais completa e encara o lazer como um conjunto de atividades, e não como o tempo destinado a elas, como de outros autores anteriormente citados.

DUMAZIDIER (1973) relata várias tentativas de classificação de lazer baseadas na sociologia (LYND, AHTIK, RHAVIGHURST, 1955; FOOTE e COTTREL, 1956; E KAPLAN), reconhecendo que é objeto de controvérsias. Contudo, para o presente trabalho, serão mencionadas as classificações encontradas nas pesquisas relativas a transporte e/ou uso do tempo.

MA e GOULIAS (1997) simplificam as atividades de lazer em visitas, tempo livre e ficar em casa durante o dia. LU e PAS (1999) desmembraram as atividades em duas categorias:

- Recreação e outras diversões: diversões / *amusements* (em casa e fora de casa), hobbies, exercícios físicos, descanso e relaxamento, assistir eventos esportivos
- Atividades sociais: visitas, entretenimento formal e casual, escola, cultura, serviços religiosos e cívicos.

LANZENDORF (2000) classificou as viagens a lazer por propósitos, a saber: visita a amigos e parentes, recreação e diversão na natureza, atividades nos locais de

recreação e andar ou dirigir sem destino específico. No espaço urbano predomina, então, diversão em locais específicos de recreação.

Já LEE e MCNALLY (2003), em sua pesquisa sobre a estrutura dos padrões de atividades e viagens, apresentam uma classificação mais detalhada, relacionadas como pertencentes a classe recreação/entretenimento as seguintes atividades: academia, caminhada, andar de bicicleta ou patins, jogar *golf*, assistir esportes, bares, teatro, assistir vídeos, assistir TV, navegar na internet, relaxar, *hobbies* em casa e dirigir por prazer.

GOLOB (2000) divide as atividades relacionadas a trabalho e atividades não relacionadas a trabalho, na qual as atividades de lazer se incluíam. Outros autores simplesmente incluem as atividades de lazer dentre outras atividades (trabalho, compras, estudo, por exemplo) sem explicitar quais são as atividades inseridas na categoria (MEURS e HAAIJER, 2001; LEVINSON, 1999)

MOLITOR (2000) elenca as atividades contidas no segmento de lazer: viagens, turismo, cruzeiros, restaurantes, bares, clubes, *spas*, hospedagens em geral, observação de pássaros, jardinagem, cinema, teatro, busca por aventuras, *hobbies*, esportes, jogos, atividades físicas, atividades externas, jogos de computador, sair à noite, visitas e atividades sociais entre outros.

Como o objetivo do presente trabalho é estudar justamente as viagens realizadas a lazer, somente serão consideradas para efeito do mesmo as atividades que pressupõem deslocamento, sendo excluídas todas aquelas realizadas dentro de casa, ou as que mesmo que compreendam deslocamento como o próprio fim, tais como andar de bicicleta ou dirigir por prazer.

A classificação adotada aqui fica, então, condicionada à disponibilidade de dados, uma vez que não há recursos próprios de tempo nem financeiros para realizar um levantamento de dados específico, visando exclusivamente a mensuração de comportamento de indivíduos em relação às opções de lazer e de deslocamentos a essas atrelado.

Optou-se, então, por aproveitar os dados secundários contidos numa base de dados do grupo de pesquisa Móbile sobre hábitos de viagens e de consumo da população de 9 regiões metropolitanas do Brasil, encomendada pelo BNDES e elaborada por MARTINS E BODMER (2002) para o fim de estudo de viabilidade econômica e financeira de implementação de transporte aquaviário nestas regiões.

Assim, neste estudo será adotada a seguinte classificação das atividades a lazer: atividades sociais, atividades físicas, e atividades gastronômicas. Embora esta classificação seja simplificada, ela permite identificar a frequência das atividades, as razões pelas quais as pessoas escolhem determinado local para a sua realização, que alternativas de transporte utilizam para alcançá-las e quais são os critérios de sua escolha.

2.5. Economia do Lazer

O lazer, como atividade econômica, pode ser caracterizado como serviço, entretanto, chegar a uma única definição de serviços é uma tarefa difícil. GRONROSS (1990) classifica o serviço como um fenômeno complexo que implica em interações entre os clientes e aqueles que o oferecem. Esse mesmo autor traz uma classificação dos serviços para distinguir os seus níveis de intangibilidade, que no caso do lazer também deve ser considerado. Dada a complexidade do tema, faz-se necessário citar algumas definições, para efeito de esclarecimento, ressaltando que não é objetivo do presente trabalho esgotar o assunto.

KOTLER e BLOOM (1984 *apud* GRÖNROSS 1990) definiram serviço como uma atividade ou benefício que uma parte pode oferecer à outra que é essencialmente intangível e não resulta em propriedade de alguma coisa. A sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico.

VILLAVICÊNCIO (2004) caracteriza como “uma atividade econômica da qual resulta não um produto tangível, mas pelo contrário, de característica intangível, contrastando

em oposição à produção de mercadoria, como por exemplo, os serviços de comunicação e os de transportes”.

GRÖNROSS mescla a definição de vários autores resultando na seguinte:

O serviço é uma atividade ou série de atividades de natureza mais ou menos intangível que, normalmente, mas não necessariamente, acontece em interações entre cliente e empregados de serviços e/ou recursos físicos ou bens e/ou sistemas de fornecedor de serviço, a qual é fornecida como soluções para os problemas do cliente.

Contudo, a natureza do lazer se difere de alguns dos demais serviços, pois pode ser considerado supérfluo. Resgatando a classificação de atividades utilizada por LU e PAS (1999), por exemplo, encontra-se primeiramente as atividades de subsistência (trabalho e atividades relacionadas a trabalho), seguidas pelas de manutenção (refeições, compras, serviços pessoais, cuidados médicos, serviços profissionais, manutenção e obrigações de casa, e pegar e deixar passageiros), recreação (diversão dentro e fora de casa, *hobbies*, exercício físico, descanso e relaxamento, assistir a eventos esportivos), e ainda outros (visitas, entretenimento formal e casual, escola, cultura, atividades cívicas e religiosas e viagens incidentais e fora da área).

Assim, percebe-se que os dois primeiros tipos de atividades (subsistência e manutenção) referem-se àquelas que o indivíduo precisa realizar para sobreviver, e estariam na base da pirâmide de Maslow, e já as demais se enquadrariam no topo da pirâmide, e só seriam realizadas caso as primeiras já tivessem sido desempenhadas.

Para KNOFLACHER (2000), a consciência de que o lazer vem ganhando cada vez mais importância não só quantitativamente, mas também qualitativamente, revela-se em números: na Áustria, a proporção da população que considera o lazer como um setor importante para sua vida pessoal cresceu de 29% em 1987 para 36% em 1996.

A mesma pesquisa também revelou que um terço das pessoas com mais de 14 anos pensam ter pouco tempo disponível para lazer, e 27% em 1987 e 30% em 1996

abririam mão de ganhar mais dinheiro para ter mais tempo disponível para lazer, ainda que o orçamento de lazer tenha aumentado consideravelmente.

Assim, percebe-se que cada vez mais as pessoas têm valorizado o lazer, e o consideram um aspecto importante em suas vidas, e da mesma maneira, o lazer vem sendo considerado uma atividade econômica promissora dentro do mercado de serviços.

MOLITOR (2000) estima que em 2015 o tempo livre ocupará 50% do tempo da vida de um indivíduo americano, e que a partir deste ano o setor de lazer será o principal impulsionador da economia do país, sendo responsável por grande parte dos empregos gerados e do PIB. Dados revelam que em 1995 os americanos gastaram US\$400 bilhões, o que representa cerca de 8% do total de consumo, em entretenimento.

Ainda segundo MOLITOR (2000), o materialismo fixado em uma busca eterna por sempre mais de tudo está em declínio, e o comportamento de trabalhar e gastar está com seus dias contados, a partir do momento que os indivíduos saciarem seus desejos por coisas. Este novo paradigma enfatiza experiências ao invés de coisas. O domínio do tempo para lazer introduz novas atitudes, perspectivas e preferências. E assim, enquanto o materialismo decai e experiências e auto-desenvolvimento ascendem, novas oportunidades de negócio surgem.

O mesmo autor destaca que com os antigos setores econômicos atingindo a maturidade, a importância econômica das “indústrias de ontem” diminuem, e novos setores surgem para ocupar este espaço. E dentro deste contexto, os sobreviventes terão que se consolidar, quer atingindo novos mercados, quer entrando em outros ramos. E o negócio dos negócios mudará, lenta mas certamente, para o negócio de lazer!

Como já foi mencionado, para haver consumo de lazer pressupõe-se que todas as necessidades vitais dos indivíduos já tenham sido preenchidas. Da mesma forma, no orçamento doméstico existe uma hierarquia de despesas. Segundo BARRETTO (1995), da renda líquida de um indivíduo devem ser deduzidas em primeiro lugar

aquelas relativas às necessidades vitais, tais como moradia, alimentação higiene, transporte básico e vestuário mínimo. Em seguida vêm às despesas não tão vitais como carro, eletrodomésticos, empregados, roupas, livros, e caso ainda sobre algum recurso, este deve ser canalizado para fundos de reserva e/ou consumo livre de supérfluos como artigos de luxo e divertimento.

Dumazedier (1973) destaca que um dos fatores que pode retardar ou impedir o desenvolvimento tanto quantitativo quanto qualitativo do lazer é a falta de recursos familiares.

Entretanto, o mesmo autor destaca que “mesmo quando a prática do lazer é limitada pela falta de tempo, de dinheiro ou recursos, sua necessidade está presente e cada vez torna-se mais presente”.

No Brasil, como já foi citado anteriormente, a dificuldade de se diferenciar lazer e turismo reflete na mescla de dados. Dados obtidos a partir de um relatório da EMBRATUR revelam que a mão-de-obra empregada em atividades recreativas no ano de 2000 era de 245.965 e no setor de alimentação de 580.495. Porém, como os dados foram extraídos de uma empresa que é responsável pelo setor de turismo, não é especificado o que constitui as atividades recreativas.

A Pesquisa Anual de Serviços (IBGE,2001), desenvolvida pelo IBGE desde 1998, divide as atividades do setor de serviços em sete categorias: serviços de alojamento e alimentação, transportes e serviços auxiliares dos transportes, correio e telecomunicações, atividades de informática, atividades imobiliárias e aluguel de bens móveis e imóveis, serviços prestados principalmente às empresas, outras atividades de serviços. E apresenta dados sobre o montante gasto com salários pelas empresas, o número de empregados e o número de empresas entre outros, como mostra a tabela 1:

Atividades	Salários, retiradas e outras remunerações	Pessoal ocupado em 31/12	Número de empresas
Serviços de alojamento e	10,8%	23%	36,6%

alimentação			
Transportes e serviços auxiliares dos transportes	26,9%	20,7%	9,3%
Correio e telecomunicações	9,5%	3,5%	0,4%
Atividades de informática	7,2%	3,5%	3,9%
Atividades imobiliárias e aluguel de bens móveis e imóveis	2,8%	3,2%	4,9%
Serviços prestados principalmente às empresas	30,2%	31,9%	16,4%
Outras atividades de serviços	11,6%	12,6%	26,3%
Outros serviços recreativos culturais e desportivos	1%	1,5%	2,2%
Total	100%	100%	100%

Tabela 2.1: Gastos em atividades relacionadas a lazer

Adaptado de PAS - IBGE, 2001

A pesquisa não apresenta uma categoria única para lazer, e, sim, isoladamente os serviços de alojamento e alimentação, e, dentro da categoria “Outras atividades de serviços” o sub-item “Outros serviços recreativos, culturais e desportivos”, que juntos podem se aproximar do que já foi definido, para o presente trabalho, como atividades de lazer, ressaltando mais uma vez a dificuldade de se obter dados exclusivamente referentes a lazer.

No que se refere a salários, retiradas e outras remunerações, os pagos aos serviços de lazer representam 11,8%, ocupando a 3ª posição, sendo superado apenas pelos serviços prestados principalmente às empresas (30,2%) e transportes e serviços auxiliares dos transportes (26,9%). O número de empregados dos serviços prestados principalmente às empresas equivale a 31,9% do total, seguido pelos serviços de lazer com 24,5% e de transportes e serviços auxiliares dos transportes com 20,7%. Já em relação ao número de empresas, as relacionadas às atividades de lazer formam 38,8% do total, em seguida outros serviços (26,6%) e serviços prestados principalmente às empresas (16,4%), o que sugere que as empresas relacionadas a atividades de lazer tendem a ser de menor porte, pois apresentam um percentual maior quanto ao número de empresas, mas uma proporção menor em relação ao número de funcionários.

Estes dados econômicos sobre os serviços de lazer confirmam a importância deste setor para a economia brasileira, no que diz respeito à geração de empregos, reiterando sua tendência mundial de crescimento.

Do ponto de vista de consumo das atividades de lazer, as estatísticas existentes no Brasil demonstram que os gastos com tal atividade ainda não são expressivos. Segundo a Pesquisa sobre Orçamento Familiar 2002-2003 (IBGE, 2003), as despesas correntes de um domicílio são formadas por dois tipos de despesas:

- Despesas de consumo: alimentação, habitação, vestuário, transporte, higiene e cuidados pessoais, assistência à saúde, educação, recreação e cultura, fumo, serviços pessoais e despesas diversas, representando 82,41%,
- Outras despesas correntes: impostos, contribuições trabalhistas, serviços bancários, pensões, mesadas, doações e outras, representando 10,85%.

Ao longo dos anos, quando se compara os resultados da Pesquisa de Orçamento Familiar 2002-2003 (POF) com os obtidos na ENDEF 1974-1975 (Estudo Nacional da Despesa Familiar), nota-se um aumento nas despesas correntes de consumo que passou de 74,59% para 82,41%, justificado pela queda do item aumento de ativo de 16,50% para 4,76%.

A Pesquisa de Orçamento Familiar 2002-2003 (POF) revela que as maiores despesas se concentram em habitação (29,26%), alimentação (17,1%), e transporte (15,19%), seguidas pelos gastos em saúde (5,35%), vestuário (4,68%) e educação (3,37%). Os mesmos dados mostram que os gastos em lazer não representam parcela significativa no orçamento familiar, sendo a média do grupo Recreação e Cultura para o Brasil de 2,39%, apresentando resultados homogêneos nas Grandes Regiões, onde as participações deste grupo nas despesas de consumo variaram entre 2,05% a 2,55% (IBGE, 2003).

Ao se comparar as despesas de consumo dos dois extremos das classes de rendimento familiar mensal, percebe-se as desigualdades no consumo, no país. A faixa de mais baixo rendimento (até R\$ 400) representa 16,38% das famílias e a faixa

mais alta (mais de R\$ 6.000), 5,08%. De forma geral, em valores absolutos, os gastos aumentam conforme a renda, em todos os grupos de despesa. No entanto, em termos percentuais, é possível perceber as diferenças nos padrões de consumo, como ilustra a tabela abaixo:

Distribuição dos tipos de despesas de consumo

	Até R\$400	Mais de R\$6000	Total
Habitação	37,15%	22,79%	29,26%
Alimentação	32,68%	9,04%	17,10%
Transporte	8,15%	17,26%	15,19%
Assistência à saúde	4,08%	5,62%	5,35%
Vestuário	5,29%	3,21%	4,68%
Educação	0,30%	4,89%	3,37%
Despesas diversas	1,46%	2,79%	2,30%
Recreação e cultura	0,81%	2,16%	1,97%
Higiene	2,40%	1,10%	1,79%
Serviços pessoais	0,64%	0,81%	0,84%
Fumo	1,14%	0,23%	0,57%
	94,10%	69,90%	82,42%

Tabela 2.2 – Distribuição das despesas de consumo

Adaptado de POF 2002-2003,

IBGE

Observando a tabela 2.2, percebe-se que a participação percentual dos gastos em recreação e cultura é mais elevada nas q famílias de mais alta renda do que as de renda mais baixa.

Ao considerar todas as classes de rendimento mensal familiar, em média, a participação de recreação e cultura nas despesas de consumo representa apenas 1,97%, tendo papel marginal no orçamento familiar brasileiro.

Por outro lado, ao considerar-se a tendência crescente de empregos em serviços associados a lazer e turismo, bem como a redução de tempo dedicado ao sustento, como demonstrado anteriormente, pode-se dizer que o mercado de atividade de lazer é promissor. Contudo, o grande desafio é aumentar o acesso às oportunidades de consumo para aqueles de mais baixa renda. Nesse sentido, torna-se fundamental o entendimento dos hábitos de transporte associado ao consumo de lazer para que seja possível reduzir o custo com transporte (a terceira maior despesa das famílias

brasileiras), uma vez que para uma população que tem um gasto médio de apenas 0,81% com lazer, qualquer redução de custos pode ser decisiva.

Portanto, para definir onde deveriam estar localizadas as facilidades de lazer, e de que maneira elas seriam acessadas, garantindo a sustentabilidade e o acesso de quem hoje está excluído do consumo das atividades de lazer, faz-se necessário entender como as atividades de lazer se inserem no cotidiano das pessoas, e de que forma as escolhas de transporte e de localidade estão relacionadas entre si.

2.6. Lazer nos estudos de transporte-atividade

As atividades econômicas estão distribuídas espacialmente. Para desempenhá-las o indivíduo precisa se deslocar, ou seja, o deslocamento urbano é derivado da necessidade e do desejo de o indivíduo se engajar em alguma atividade econômica, seja ela de subsistência, tal como trabalho ou estudo, de manutenção, como refeições ou serviços pessoais, ou discricionária, como ir a um restaurante ou se envolver em alguma atividade social.

BODMER e MARTINS (2003) destacam que o transporte representa um serviço fornecido para a demanda derivada de diferentes atividades, e, portanto, não deve ser tratado isoladamente, mas sim associado a tais atividades, que representam a razão para as viagens e deslocamentos.

Diversos autores tratam da relação entre as atividades econômicas e os deslocamentos gerados por estas, contudo, a grande maioria aborda as viagens a trabalho, ou então fazem uma comparação entre as atividades de subsistência, manutenção e discricionárias. Os deslocamentos realizados para o propósito exclusivamente de lazer não têm atraído a atenção dos estudiosos, e, segundo LANZENDORF (2000), não existe literatura considerável sobre o transporte a lazer, e estudos sobre propósito específico de viagem concentram-se em *commuter trips* ou, em alguns casos, em compras.

KALFS e MEURS (2000) relatam que a maioria dos estudos de transporte refere-se aos deslocamentos a trabalho ou *commuter* devido ao congestionamento causado por eles diariamente nos horários de pico, e que a falta de estudos de viagens a lazer começam pela dificuldade de se defini-las, passando pela heterogeneidade de propósitos específicos, e pela falta de padrão de tais deslocamentos, que variam muito de destinos.

Por exemplo, o estudo de GOLOB e McNALLY (1997) explica a interação de atividades com os chefes da família e assim, a demanda por viagem do domicílio. Neste caso, outros membros do domicílio foram considerados, porém somente a participação em deslocamentos e viagens dos chefes foi analisada. Equações estruturais foram aplicadas para modelar simultaneamente o comportamento da participação em atividades e viagem dos casais, e identificar as interações que definem tal comportamento.

Para este estudo, os autores dividiram as atividades em três categorias:

- Trabalho: incluindo o trabalho em si e atividades relacionadas ao trabalho
- Manutenção: envolvendo refeições, compras, serviços pessoais, cuidados médicos, manutenção e obrigações da casa, pegar e levar passageiros, religião e etc
- Discricionária: visitas, cultura, *hobbies*, exercícios, descanso, relaxamento, etc

Uma das conclusões desta pesquisa foi que, ao contrário das atividades de trabalho e de manutenção, não há igualdade nos efeitos diretos para viagem como demanda derivada das atividades discricionárias entre homens e mulheres: uma hora de atividade discricionária para o homem requer 5,5 minutos de tempo de viagem, enquanto para mulher este tempo é de 8,5. As razões para tal diferença podem ser (1) o tempo dedicado a tais atividades pela mulher é menor, o que reflete em um maior tempo de viagem por minuto de atividade; (2) é mais difícil para as mulheres ligar atividades discricionárias com outras ; (3) os destinos para estas atividades das mulheres ficam mais longe de casa.

O modelo confirma a hierarquia já esperada entre as atividades, sem diferença para homens e mulheres: trabalho, manutenção e discricionária, o que converge para o conceito de Maslow sobre a satisfação das necessidades humanas, abordado anteriormente, e prevê que para uma hora de trabalho, o tempo da atividade discricionária reduz em 9 minutos, e para uma hora de atividades de manutenção, em 10 minutos.

Apesar de sua contribuição para o entendimento do comportamento de viagens dos chefes de família, tal estudo tem como limitação o fato de abordarem exclusivamente os deslocamentos destes indivíduos, homens e mulheres casados, o que limita as conclusões a comparações entre os sexos, não considerando outras variáveis socioeconômicas extremamente relevantes, como estado civil, faixa etária, renda, presença de filhos, posse de veículo, por exemplo, que poderiam alterar os comportamentos encontrados.

MA e GOULIAS (1997) têm sua abordagem baseada na atividade, que se concentra nas relações existentes entre as escolhas relativas à atividade (tipo de atividade, duração e local) e escolhas relativas à viagem (modo, encadeamento e distância percorrida) através da análise de *clusters*.

Para que fosse possível estabelecer tais relações, as atividades foram subdivididas em:

- Subsistência: trabalho, escola e faculdade
- Manutenção: compras, problemas pessoais, compromissos
- Lazer: visitas, tempo livre e ficar em casa

E os modos de transporte também foram agrupados em:

- Carro: carro e moto
- “*Carpool*”: *carpool* e *vanpool*
- Transporte público: ônibus, taxi, *para-transit*, ônibus escolar, barca, trem e monorail
- Não-motorizado e outros modos: caminhada, bicicleta, barco e avião

Segundo a análise realizada, quatro *clusters* de atividades foram criados. O primeiro *cluster* representa as pessoas com maior frequência no que se refere à atividade de lazer, e no geral as pessoas deste grupo participam de muitas atividades de curta duração. Já o segundo *cluster* apresenta a maior duração das atividades de lazer, e fazem parte deste grupo, provavelmente, empregados que participam frequentemente de atividades de não-subsistência e dedicam muito tempo a estas atividades. Em contrapartida, o *cluster* 3 tem a menor duração nas atividades de lazer, e deve estar relacionado a pessoas que trabalham por muito tempo mas também estão engajados em outras atividades. O quarto *cluster*, ao contrário do primeiro, engloba a menor frequência nas atividades de lazer.

O estudo formulado por BHAT e MISRA (1999) envolve o tempo total dedicado a atividades discricionárias entre atividades realizadas dentro de casa e fora de casa, e ainda separadamente por dia de semana e fim de semana, relacionado a diversas variáveis socioeconômicas. Tal estudo tenta fazer uma ponte entre as abordagens tradicionais de uso do tempo que focam na alocação de tempo para determinadas atividades e as abordagens de análise de episódio que traduzem o tempo alocado em cada atividade em episódios de atividades e seus atributos associados.

Algumas características socioeconômicas apresentam forte impacto no que se refere às atividades discricionárias. Por exemplo, o número de automóveis no domicílio impacta positivamente na alocação de tempo em atividades fora de casa, ou seja, um alto número de veículos oferece mais oportunidade de participação de atividades de lazer fora de casa, aumentando conseqüentemente o tempo dedicado a tais atividades.

Outro fator relevante é a quantidade de adultos em casa, que influencia negativamente a alocação de tempo em atividades fora de casa, provavelmente reflexo da interação interpessoal e da participação conjunta em atividades de lazer em casa. Já o impacto negativo causado pelo número de crianças da família nas atividades discricionárias fora de casa pode ser atribuído a restrições de mobilidade ocasionadas pela presença de crianças no tempo de lazer dos adultos.

Já os efeitos da idade revelam que pessoas mais velhas alocam mais tempo de lazer em atividades nos finais de semana e dentro de casa do que as pessoas mais jovens. A idade também aparenta agir como restrição de mobilidade e reduz a participação em atividades fora de casa tanto em dias de semana quanto nos finais de semana.

Quanto ao sexo, as mulheres alocam menos de seu tempo de lazer em atividades fora de casa nos finais de semana quando comparadas aos homens. Entretanto, durante a semana não há diferença de alocação de tempo entre os sexos.

Os efeitos das variáveis relacionadas a trabalho na alocação do tempo representam basicamente restrições de tempo. Pessoas que trabalham durante longo período durante a semana destinam menos tempo a atividades de lazer fora de casa durante a semana, o mesmo é válido para os que trabalham nos finais de semana. Quem trabalha muitas horas durante a semana tende a participar de mais atividades dentro e fora de casa nos finais de semana.

Outra abordagem, de LU e PAS (1999), desenvolve uma pesquisa que simultaneamente relaciona características socioeconômicas, participação em atividades e comportamento de viagem, envolvendo atividades dentro e fora de casa.

Para possibilitar esta análise, as atividades foram subdivididas como segue:

- Subsistência: trabalho e atividades relacionadas a trabalho
- Manutenção: refeições, compras, serviços pessoais, cuidados médicos, serviços profissionais, manutenção e obrigações de casa, e pegar e deixar passageiros
- Recreação: Diversão dentro e fora de casa, *hobbies*, exercício físico, descanso e relaxamento, assistir a eventos esportivos.
- Outros: visitas, entretenimento formal e casual, escola, cultura, atividades cívicas e religiosas e viagens incidentais e fora da área.

Os resultados revelam que as várias características socioeconômicas determinam a participação em atividades das pessoas, com destaque para idade, sexo, número de crianças e *status* de emprego. As mulheres realizam mais deslocamentos que os homens, diferente do que já foi relatado na literatura, pois neste caso são incluídos também os deslocamentos curtos, não-motorizados. O *status* de emprego não afeta

diretamente o número de viagens. Pessoas que trabalham e pessoas que possuem automóvel gastam mais tempo em viagens. No tocante ao número de encadeamentos, pessoas com carteira de habilitação e com mais crianças em casa fazem mais encadeamentos. Por outro lado, um maior número de pessoas trabalhando em casa resulta em menor número de encadeamento, assim como quem está trabalhando realiza menos encadeamentos do que quem não está.

Quanto ao comportamento de viagem, observa-se que o número de deslocamentos é diretamente afetado pela participação em atividades de lazer, manutenção e outras fora de casa. O tempo de viagem também é afetado pela participação em atividades fora de casa, e aumenta à medida que o tempo destinado a atividades fora de casa aumenta, e vice-versa. E como esperado, quanto mais tempo dedicado a atividades em casa, menos tempo em deslocamento é gasto. E ainda, mais tempo em atividades em casa tende a gerar mais encadeamentos de viagem.

LEVINSON (1999), em sua pesquisa, teve como um dos objetivos explicar como a frequência e a duração das atividades influenciam a duração da viagem em si, analisando a alocação do tempo em diversas atividades tais como trabalho, compras, compromissos pessoais, escola e idas à igreja, ao médico e ao dentista, visitas a amigos e parentes, atividades sociais e recreacionais, atividades em casa e outras.

Os resultados revelam que em todas as nove atividades a frequência da mesma é significativa e positiva, confirmando sua relevância nos estudos de transporte associado a atividades, enquanto a duração da atividade é significativa e positiva em apenas seis, e negativa apenas para atividades em casa, utilizando o teste de correlação de Pearson.

Já LANZENDORF (2000) estudou especificamente a mobilidade de lazer, ressaltando que é preciso entender o comportamento individual de viagem para ser possível explicar as relações entre mudanças sociais, estruturas espaciais e uso do transporte.

O autor destaca que mobilidade é mais do que o simples deslocamento do ponto A ao ponto B e envolve três dimensões distintas:

- A dimensão espacial: do ponto A ao ponto B
- A dimensão socioeconômica: como propósito, por exemplo
- A dimensão simbólica: na qual o estilo de vida e atitudes são expressos no meio de transporte utilizado, na posse de automóvel

O mesmo autor sugere um desdobramento do propósito lazer em algumas outras categorias, uma vez que lazer tem um conceito muito amplo (como mencionado no capítulo 2).

Alguns autores (HEINZE, 2000; KNOFLACHER, 2000; KALFS e MEURS, 2000, GRAHAM, 2000) abordam a mobilidade do lazer sob vários aspectos, porém englobam as viagens regionais a lazer, em percursos de longa distância, muitas vezes associada ao conceito de turismo, e não dentro do contexto urbano, como é o objetivo do presente estudo, e objeto de pesquisa das demais abordagens de deslocamentos relacionados a atividades econômicas anteriormente citadas. Ademais, todas estas pesquisas foram realizadas na Europa, onde os países têm dimensões dos estados brasileiros, e todo o continente, a dimensão do Brasil, o que propicia o uso do transporte individual motorizado nos deslocamentos a lazer de longas distâncias, o que pode ser confirmado pelo fato de que 83% dos quilômetros percorridos na Europa por automóvel são a lazer (PALHARES, 2002)

Percebe-se que os estudos que relacionam transporte às atividades econômicas enfocam a duração das atividades, a relação entre o tempo gasto com o deslocamento e o tempo dedicado à atividade propriamente dita, a demanda de viagens por domicílio e o encadeamento de viagens. Contudo, tais trabalhos não investigam a razão pela qual um indivíduo escolhe realizar determinada atividade em um local específico, e que a escolha do local pode variar de acordo com a atividade, e que o modo escolhido para acessar cada uma delas também pode variar em função da natureza da mesma.

Por isso, faz-se necessário investigar os critérios de escolha tanto em relação à localidade, quanto em relação ao modo, para que, a partir da identificação das preferências declaradas pelos cidadãos-clientes, possa se ofertar um serviço de transporte baseado no conceito de produto-serviço ampliado, desenvolvido pelo Grupo

Móvil, onde o transporte está atrelado à atividade econômica (neste caso, atividades de lazer), e é encarado como facilitador de consumo, já que interliga diversos empreendimentos da região, fidelizando a comunidade ao comércio local.

**Capítulo 3: Contexto socioeconômico das atividades de
lazer**

3. Contexto socioeconômico das atividades de lazer

3.1. Apresentação

Este capítulo tem por objetivo situar a atividade de lazer, por meio das três atividades abordadas para este estudo, considerando toda a população pesquisada.

O item 3.2 apresenta alguns aspectos metodológicos para este capítulo, e o 3.3 identifica a participação dos entrevistados em atividades de lazer, seja isoladamente por atividade, em pares de atividades, em todas simultaneamente, ou ainda em nenhuma atividade.

Os itens de 3.5 a 3.7 abordam as características socioeconômicas separadamente por cada atividade: física, gastronômica e social. Por fim, o item 3.8 traz as considerações finais, identificando alguns aspectos em comum entre os que participam ou não destas atividades.

3.2. Aspectos metodológicos

Como a base de dados original utilizada para o estudo em questão engloba diversas atividades, como trabalho, estudo, compras de alimentos, de roupas, de material de limpeza, serviços de estética além das atividades abordadas neste estudo, no que se refere à frequência em que se pratica determinada atividade, a mesma é dividida em quatro categorias: diariamente, semanalmente, mensalmente e raramente. Entretanto, conforme visto no Capítulo 1, a metodologia utilizada no presente trabalho parte das tipologias específicas de frequências, criadas para cada uma das atividades.

Para a atividade física, a frequência foi dividida em apenas duas grandes categorias: “regularmente”, agregando as frequências diárias e semanais; e “raramente”, agregando “mensalmente” e “raramente”. Já para as atividades

gastronômicas e sociais, a mesma divisão foi adotada, resultando em “diariamente”, “frequentemente” (originada da união de “semanalmente” e “mensalmente”) e “raramente”.

Cabe ressaltar que, para o desenvolvimento deste capítulo, é adotada a análise descritiva.

3.3. Participação da população estudada em atividades de lazer

Para entender o quanto as pessoas participam de atividades de lazer, vale, primeiramente, identificar o percentual separadamente por atividades, como revela a tabela 3.1. Percebe-se que apenas 19,9% dos entrevistados declaram que praticam, com alguma frequência, atividades físicas, o que significa que cerca de 80% das pessoas não o fazem. Já a proporção dos que se envolvem em atividades gastronômicas e sociais é mais expressivo, sendo de 47,7% e 46,3%,

	Frequencia atividades físicas		Frequencia gastronomia		Frequência atividades sociais	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Sim	1228	19,9%	2938	47,7%	2854	46,3%
Não	4930	80,1%	3220	52,3%	3304	53,7%
Total	6158	100,0%	6158	100,0%	6158	100,0%

respectivamente.

Tabela 3.1 – Frequência das atividades de lazer por atividade

Ao se analisar por pares de atividades, observa-se que a grande maioria das pessoas que pratica atividades físicas também se envolve em atividades gastronômicas e sociais, e mais da metade das pessoas também se envolvem em atividades gastronômicas e sociais com alguma frequência, como mostra a tabela 3.2. Contudo, dado o baixo envolvimento em atividades físicas, a representatividade das demais atividades aliadas a essa é mais baixa do que a das atividades gastronômicas e sociais, que isoladamente apresentam uma proporção maior de participação.

	Atividades físicas e gastronômicas		Atividades físicas e sociais		Atividades gastronômicas e sociais	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Sim	976	15,8%	1007	16,4%	2063	33,5%
Não	5182	84,2%	5151	83,6%	4095	66,5%
Total	6158	100,0%	6158	100,0%	6158	100,0%

Tabela 3.2 – Freqüência das atividades de lazer por pares de atividades

Já ao identificar a participação dos entrevistados em todas as três atividades, percebe-se um percentual muito reduzido, de apenas 14,3% (vide tabela 3.3), contra 37,4% de pessoas que declaram não participar de nenhuma dessas atividades (vide tabela 3.4), o que significa que mais de um terço da amostra não se envolve em nenhuma das atividades de lazer consideradas neste estudo.

	Todas as atividades	
	Casos	%
Sim	878	14,3%
Não	5280	85,7%
Total	6158	100,0%

Tabela 3.3 – Freqüência dos que participam de todas as atividades de lazer

	Prática de atividade de lazer	
	Casos	%
Nenhuma	2306	37,4%
Alguma	3852	62,6%
Total	6158	100,0%

Tabela 3.4 – Freqüência dos que não participam de nenhuma atividade de lazer

3.4. Perfil da amostra

Antes de prosseguir com a análise das características dos entrevistados que se envolvem em atividades de lazer, faz-se necessário, primeiramente, traçar o perfil da amostra que serve de análise para o presente trabalho.

O gráfico 3.1 demonstra que a maior parte da amostra é formada por casados, seguida por solteiros, viúvos e separados.

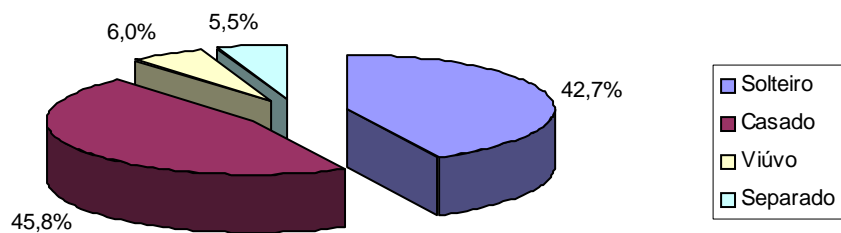


Gráfico 3.1 – Amostra: Estado civil

A maioria dos entrevistados da amostra tem filhos (62,2%), é do sexo feminino (52,5%), e se encontra trabalhando (51,6%), como ilustram os gráficos 3.2, 3.3 e 3.4.

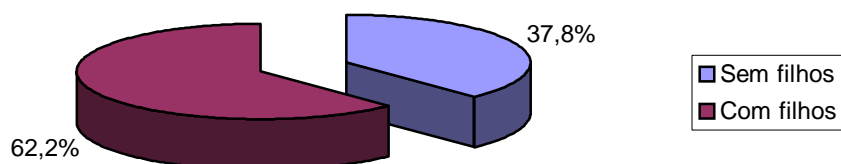


Gráfico 3.2 – Amostra: filhos

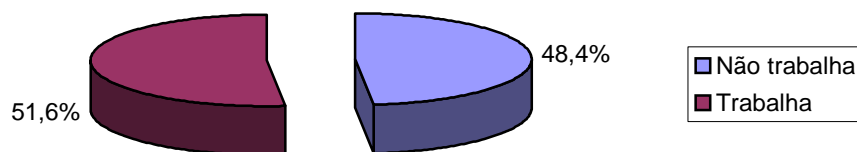


Gráfico 3.3 – Amostra: trabalha

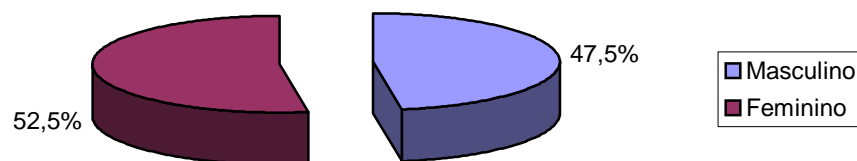


Gráfico 3.4 – Amostra: sexo

A distribuição por faixa etária está expressa no gráfico 3.5, e tem maior concentração em pessoas entre 24 e 45 anos, depois na faixa de 15 a 24 anos, seguida por aqueles com idade entre 45 e 64 anos, e finalmente pessoas com mais de 65 anos.

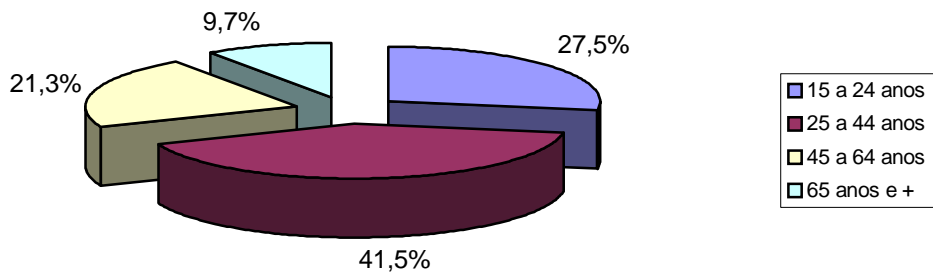


Gráfico 3.5 – Amostra: faixa etária

Em relação às variáveis que retratam o poder aquisitivo, percebe-se que a maioria das pessoas da amostra não possui de veículo (vide gráfico 3.6), e a maior parte dos entrevistados recebem entre 3 e 5 SM; 21,4% apresentam renda até 3 SM; 17,4% estão na faixa de 5 a 8 SM, enquanto apenas 8,2% recebem mais de 8 SM (vide gráfico 3.7)

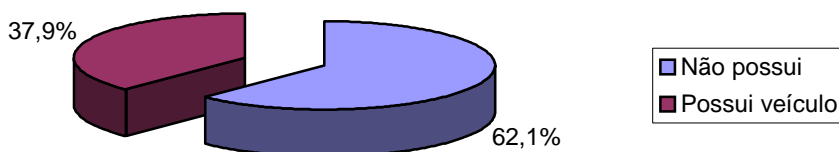


Gráfico 3.6 – Amostra: posse de veículo

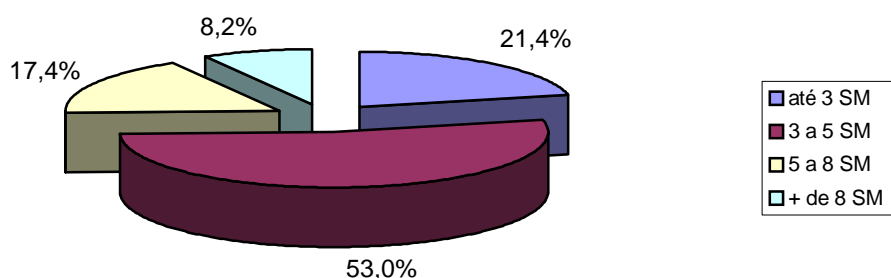


Gráfico 3.7 – Amostra: renda

3.5. Perfil dos praticantes de atividade física

No item 3.2 ficou definido que, para cada atividade, seria adotada uma frequência específica, e para atividades físicas uniu-se os praticantes diários e semanais formando a categoria “regularmente”, e os que praticam tal atividade mensalmente e raramente foram agregados na categoria “raramente”.

Como visto no item 3.3, 19,9% dos entrevistados declararam que praticam atividade física com alguma frequência (vide tabela 3.5), e desse percentual, 10,9% o fazem regularmente, e 9%, raramente.

	Frequencia atividades físicas	
	Casos	%
Regularmente	672	10,9%
Raramente	556	9,0%
Não pratica	4930	80,1%
Total	6158	100,0%

Tabela 3.5 – Distribuição por frequência dos praticantes de atividades físicas

Observa-se que 80,1% da amostra não praticam atividades físicas, porém, ao se analisar as frequências relacionadas às características socioeconômicas dos entrevistados, este percentual varia bastante.

Percebe-se que solteiros e separados praticam mais atividades físicas regularmente que casados e viúvos. O percentual dos que não praticam tal atividade é mais elevado para viúvos, e mais baixo para solteiros (vide gráfico

		Estado civil				Total
		Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Frequencia atividades físicas	regularmente	382	220	25	41	668
	%	14,8%	8,0%	6,9%	12,3%	11,1%
	raramente	256	251	28	17	552
	%	9,9%	9,1%	7,7%	5,1%	9,1%
	Não pratica	1937	2291	311	274	4813
	%	75,2%	82,9%	85,4%	82,5%	79,8%
Total		2575	2762	364	332	6033
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.6).

Tabela 3.6 – Frequência das atividades físicas x estado civil

O gráfico 3.7 revela que pessoas que não têm filhos praticam mais atividades físicas regularmente do que aqueles que tem filhos, já que filhos demandam tempo e recursos financeiros, o que pode implicar em diminuição de envolvimento em atividades de lazer. Conseqüentemente, a proporção daqueles

		Filhos		Total
		Não	Sim	
Frequencia atividades físicas	regularmente	359	309	668
	%	15,5%	8,1%	10,9%
	raramente	208	346	554
	%	9,0%	9,1%	9,1%
	Não pratica	1742	3152	4894
	%	75,4%	82,8%	80,0%
Total		2309	3807	6116
	%	100,0%	100,0%	100,0%

com filhos e não praticam essa atividade, é maior do que os que não têm filhos.

Tabela 3.7 – Frequência das atividades físicas x filhos

As pessoas que trabalham representam percentual um pouco maior em relação

		Trabalha		Total
		Não	Sim	
Frequencia atividades físicas	regularmente	291	363	654
	%	10,2%	12,0%	11,1%
	raramente	323	225	548
	%	11,4%	7,4%	9,3%
	Não pratica	2228	2443	4671
	%	78,4%	80,6%	79,5%
Total		2842	3031	5873
	%	100,0%	100,0%	100,0%

aos que não trabalham dentre os que praticam regularmente atividades físicas e dentre os que não a praticam (vide tabela 3.8).

Tabela 3.8 – Frequência das atividades físicas x trabalha

A tabela 3.9 mostra que não há diferença significativa entre os sexos.

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Frequencia atividades físicas	regularmente		319	353	672
		%	10,9%	10,9%	10,9%
	raramente		271	285	556
		%	9,3%	8,8%	9,0%
	Não pratica		2337	2592	4929
		%	79,8%	80,2%	80,1%
Total			2927	3230	6157
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.9 – Frequência das atividades físicas x sexo

Em relação à idade dos entrevistados, observa-se que os jovens (15 a 24 anos) são os que mais praticam atividades físicas regularmente, e este percentual decresce em função do aumento da faixa etária. O mesmo comportamento é percebido em relação à frequência raramente, logo, pode se dizer que a proporção de não praticantes aumenta à medida que a idade se eleva (vide tabela 3.10).

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Frequencia atividades físicas	regularmente		262	274	106	30	672
		%	15,5%	10,7%	8,1%	5,0%	10,9%
	raramente		184	235	98	39	556
		%	10,9%	9,2%	7,5%	6,6%	9,0%
	Não pratica		1247	2046	1110	526	4929
		%	73,7%	80,1%	84,5%	88,4%	80,1%
Total			1693	2555	1314	595	6157
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.10 – Frequência das atividades físicas x faixa etária

Quando se compara o envolvimento regular em atividades físicas daqueles que possuem veículo com aqueles que não o possuem, percebe-se que a proporção dos primeiros é o mais de duas vezes maior do que a dos últimos, o que indica que a renda é um fator condicionante para a prática dessa atividade. O contrário se percebe em relação aos que praticam apenas raramente essa atividade, o que

confirma que a renda interfere no comportamento em relação à atividade física (vide tabela 3.11).

		Posse de veículo		Total
		Não	Sim	
Frequencia atividades físicas	regularmente	288	384	672
	%	7,5%	16,4%	10,9%
	raramente	428	128	556
	%	11,2%	5,5%	9,0%
	Não pratica	3106	1824	4930
	%	81,3%	78,1%	80,1%
Total		3822	2336	6158
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.11 – Frequência das atividades físicas x posse de veículo

A tabela 3.12 evidencia a relevância da renda no envolvimento em atividades físicas. O percentual de pessoas que praticam tal atividade regularmente varia de 3,3% para aqueles com renda de até 3 SM, até 25% para os de renda acima de 8 SM, se revelando crescente em função do aumento da renda.

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Frequencia atividades físicas	regularmente	43	299	203	127	672
	%	3,3%	9,2%	19,0%	25,0%	10,9%
	raramente	150	334	56	14	554
	%	11,4%	10,2%	5,2%	2,8%	9,0%
	Não pratica	1124	2628	810	366	4928
	%	85,3%	80,6%	75,8%	72,2%	80,1%
Total		1317	3261	1069	507	6154
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.12 – Frequência das atividades físicas x renda

Assim, observa-se que o envolvimento em atividades físicas varia em função das variáveis socioeconômicas, e as categorias que mais praticam atividades físicas regularmente em relação à média são solteiros e separados, sem filhos, com idade entre 15 e 24 anos, que possuem veículo e com faixa de renda acima de 5 SM. Por outro lado, os que apresentam percentual superior à média dos que não se envolvem em tal atividade são viúvos, com mais de 45 anos, e pessoas com renda até 3 SM.

3.6. Perfil das pessoas que se envolvem em atividades gastronômicas

Para as atividades gastronômicas as freqüências estabelecidas foram: “diariamente” “frequentemente”, que une “semanalmente” e “mensalmente”, e “raramente”.

A distribuição por freqüência das atividades gastronômicas está expressa na tabela 3.13, e percebe-se que 47,7% dos declarantes revelam que se envolve com alguma freqüência em tais atividades.

	Frequencia gastronomia	
	Casos	%
diariamente	214	3,5%
frequentemente	1373	22,3%
raramente	1351	21,9%
Não se envolve	3220	52,3%
Total	6158	100,0%

Tabela 3.13 – Freqüência de envolvimento em atividades gastronômicas

Associando a freqüência do envolvimento com o estado civil, nota-se que a participação diária dos separados se destaca dos demais, o que pode indicar que , por adotarem um estilo de vida mais prático, estes preferem realizar as refeições diárias fora de casa. Entre os freqüentes, não se detecta diferenças, à exceção dos viúvos, que apresentam envolvimento inferior à media, e o mesmo é observado em relação aos que não se envolvem nesta atividade (vide tabela

		Estado civil				Total
		Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Frequencia gastronomia	diariamente	95	76	11	28	210
	%	3,7%	2,8%	3,0%	8,4%	3,5%
	frequentemente	599	615	61	74	1349
	%	23,3%	22,3%	16,8%	22,3%	22,4%
	raramente	587	602	79	58	1326
	%	22,8%	21,8%	21,7%	17,5%	22,0%
	Não se envolve	1294	1469	213	172	3148
	%	50,3%	53,2%	58,5%	51,8%	52,2%
Total		2575	2762	364	332	6033
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.14).

Tabela 3.14 – Freqüência de atividades gastronômicas x estado civil

Não se nota variações significativas entre os que têm filhos ou não em relação às freqüências diariamente e raramente, contudo, os que não têm filhos se envolvem com mais freqüência dos aqueles que não têm, e conseqüentemente a

proporção dos que não se envolvem nesta atividade de pessoas com filhos é maior do que a dos sem filhos (vide tabela 3.15).

		Filhos		Total
		Não	Sim	
Frequencia	diariamente	89	123	212
gastronomia	%	3,9%	3,2%	3,5%
	frequentemente	589	773	1362
	%	25,5%	20,3%	22,3%
	raramente	508	834	1342
	%	22,0%	21,9%	21,9%
	Não se envolve	1123	2077	3200
	%	48,6%	54,6%	52,3%
Total		2309	3807	6116
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.15 – Frequência de atividades gastronômicas x filhos

As pessoas que trabalham se envolvem mais em atividades gastronômicas do que aquelas que não trabalham, tanto diária como frequentemente (vide tabela 3.16), o que faz sentido, já que pessoas que trabalham possuem renda, o que propicia maior participação em atividades discricionárias.

		Trabalha		Total
		Não	Sim	
Frequencia	diariamente	57	154	211
gastronomia	%	2,0%	5,1%	3,6%
	frequentemente	550	773	1323
	%	19,4%	25,5%	22,5%
	raramente	658	649	1307
	%	23,2%	21,4%	22,3%
	Não se envolve	1577	1455	3032
	%	55,5%	48,0%	51,6%
Total		2842	3031	5873
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.16 – Frequência de atividades gastronômicas x trabalha

Não se detectam variações significativas de comportamento entre homens e mulheres (vide tabela 3.17).

		Sexo		Total
		Masculino	Feminino	
Frequencia gastronomia	diariamente	117	97	214
	%	4,0%	3,0%	3,5%
	frequentemente	671	702	1373
	%	22,9%	21,7%	22,3%
	raramente	651	700	1351
	%	22,2%	21,7%	21,9%
	Não se envolve	1488	1731	3219
	%	50,8%	53,6%	52,3%
Total		2927	3230	6157
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.17 – Frequência de atividades gastronômicas x sexo

Em relação à faixa etária, observa-se que as pessoas com até 44 anos se envolvem mais em atividades gastronômicas do que aquele com idade superior a 45 anos, e as pessoas com mais de 65 anos são as menos se envolvem em tal atividade, e as com idade 25 e 44 anos são as que mais se envolvem (vide tabela 3.18).

		Faixa etária				Total
		15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Frequencia gastronomia	diariamente	48	106	46	14	214
	%	2,8%	4,1%	3,5%	2,4%	3,5%
	frequentemente	396	626	248	103	1373
	%	23,4%	24,5%	18,9%	17,3%	22,3%
	raramente	400	575	277	99	1351
	%	23,6%	22,5%	21,1%	16,6%	21,9%
	Não se envolve	849	1248	743	379	3219
	%	50,1%	48,8%	56,5%	63,7%	52,3%
Total		1693	2555	1314	595	6157
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.18 – Frequência de atividades gastronômicas x faixa etária

Observa-se que proporção dos que não se envolvem em atividades gastronômicas é significativamente mais elevada para aqueles que não possuem veículo, o que indica que a participação nesta atividade é condicionada pela renda, o que pode ser evidenciado pelo percentual mais alto daqueles que possuem veículo nas frequências diariamente e frequentemente (vide tabela 3.19).

		Posse de veículo		Total
		Não	Sim	
Frequencia gastronomia	diariamente	102	112	214
	%	2,7%	4,8%	3,5%
	frequentemente	561	812	1373
	%	14,7%	34,8%	22,3%
	raramente	857	494	1351
	%	22,4%	21,1%	21,9%
	Não se envolve	2302	918	3220
	%	60,2%	39,3%	52,3%
Total		3822	2336	6158
%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.19 – Frequência de atividades gastronômicas x posse de veículo

A tabela 3.20 corrobora o papel condicionante da variável renda na participação em atividades gastronômicas, já que 72,4% das pessoas com renda até 3 SM não se envolvem nesta atividade, e este número cai para 24,7% para pessoas com renda acima de 8 SM, e o envolvimento em tal atividade cresce à medida que a renda

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Frequencia gastronomia	diariamente	28	101	52	33	214
	%	2,1%	3,1%	4,9%	6,5%	3,5%
	frequentemente	92	640	381	258	1371
	%	7,0%	19,6%	35,6%	50,9%	22,3%
	raramente	244	788	226	91	1349
	%	18,5%	24,2%	21,1%	17,9%	21,9%
	Não se envolve	953	1732	410	125	3220
	%	72,4%	53,1%	38,4%	24,7%	52,3%
Total		1317	3261	1069	507	6154
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

aumenta.

Tabela 3.20 – Frequência de atividades gastronômicas x renda

Observa-se que o poder aquisitivo é um fator condicionante no envolvimento em atividades gastronômicas, já que, das pessoas que não se envolvem em tal atividade, 60,2% não possuem veículo, e 72,4% apresentam renda de até 3 SM.

3.7. Perfil das pessoas que se envolvem em atividades sociais

As freqüências das atividades sociais foram estabelecidas como nas atividades gastronômicas: “diariamente”, “frequentemente” e “raramente”, e a distribuição de participação por freqüência está demonstrada na tabela 3.21.

	Frequência atividades sociais	
	Casos	%
diariamente	39	,6%
frequentemente	1373	22,3%
raramente	1442	23,4%
Não se envolve	3304	53,7%
Total	6158	100,0%

Tabela 3.21 – Freqüência de envolvimento em atividades sociais

Percebe-se que solteiros e separados se envolvem mais em atividades sociais do que casados e viúvos, provavelmente pelo estilo de vida mais independente que estes levam. Dentre os que não participam de atividades desse tipo, a menor proporção é de solteiros, e a maior é de viúvos (vide tabela 3.22).

		Estado civil				Total
		Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Frequência atividades sociais	diariamente	19	16	1	1	37
	%	,7%	,6%	,3%	,3%	,6%
	frequentemente	735	486	45	81	1347
	%	28,5%	17,6%	12,4%	24,4%	22,3%
	raramente	651	649	57	61	1418
%	25,3%	23,5%	15,7%	18,4%	23,5%	
	Não se envolve	1170	1611	261	189	3231
%		45,4%	58,3%	71,7%	56,9%	53,6%
Total		2575	2762	364	332	6033
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.22 – Freqüência de atividades sociais x estado civil

Observa-se que as pessoas sem filhos se envolvem mais em atividades sociais frequentemente do que as com filhos, para as demais freqüências não se nota diferenças, o que implica em uma parcela maior de pessoas com filhos que declaram não participar de tal atividade (vide tabela 3.23).

		Filhos		Total
		Não	Sim	
Frequência atividades sociais	diariamente	17	22	39
	%	,7%	,6%	,6%
	frequentemente	694	673	1367
	%	30,1%	17,7%	22,4%
	raramente	583	846	1429
	%	25,2%	22,2%	23,4%
	Não se envolve	1015	2266	3281
	%	44,0%	59,5%	53,6%
Total		2309	3807	6116
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.23 – Frequência de atividades sociais x filhos

A tabela 3.24 revela que aqueles que trabalham se envolvem mais em atividades sociais do que aqueles que não trabalham, o que é evidenciado pelo percentual maior desta classe na categoria frequentemente.

		Trabalha		Total
		Não	Sim	
Frequência atividades sociais	diariamente	18	12	30
	%	,6%	,4%	,5%
	frequentemente	496	788	1284
	%	17,5%	26,0%	21,9%
	raramente	658	714	1372
	%	23,2%	23,6%	23,4%
	Não se envolve	1670	1517	3187
	%	58,8%	50,0%	54,3%
Total		2842	3031	5873
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.24 – Frequência de atividades sociais x trabalha

A participação de homens em atividades sociais é ligeiramente maior que a das mulheres, como demonstra a tabela 3.25.

		Sexo		Total
		Masculino	Feminino	
Frequência atividades sociais	diariamente	26	13	39
	%	,9%	,4%	,6%
	frequentemente	704	669	1373
	%	24,1%	20,7%	22,3%
	raramente	674	767	1441
	%	23,0%	23,7%	23,4%
	Não se envolve	1523	1781	3304
	%	52,0%	55,1%	53,7%
Total		2927	3230	6157
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.25 – Frequência de atividades sociais x sexo

Nota-se que o envolvimento em atividades sociais aumento em função da queda da faixa etária, ou seja, os jovens tendem a participar mais desse tipo de atividade, enquanto os mais idosos tendem a ter uma participação mais tímida, visto que 75,5% declaram não se envolver em tal atividade (vide tabela 3.26).

		Faixa etária				Total
		15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Frequência atividades sociais	diariamente	17	9	10	3	39
	%	1,0%	,4%	,8%	,5%	,6%
	frequentemente	469	605	234	65	1373
	%	27,7%	23,7%	17,8%	10,9%	22,3%
	raramente	452	635	277	78	1442
	%	26,7%	24,9%	21,1%	13,1%	23,4%
	Não se envolve	755	1306	793	449	3303
	%	44,6%	51,1%	60,4%	75,5%	53,7%
Total		1693	2555	1314	595	6157
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.26 – Frequência de atividades sociais x faixa etária

Observa-se que pessoas que a participação freqüente em atividades sociais das pessoas que possuem veículo é duas vezes maior do que a daquelas que não o possuem (vide tabela 3.27). A tabela 3.28 demonstra que quanto maior a renda, maior é o envolvimento nesta atividade, partindo de 9,9% para pessoas com renda até 3 SM, e chegando a 50,9% para aqueles com renda superior a 8 SM.

		Posse de veículo		Total
		Não	Sim	
Frequência atividades sociais	diariamente	27	12	39
	%	,7%	,5%	,6%
	frequentemente	590	783	1373
	%	15,4%	33,5%	22,3%
	raramente	925	517	1442
	%	24,2%	22,1%	23,4%
	Não se envolve	2280	1024	3304
	%	59,7%	43,8%	53,7%
Total		3822	2336	6158
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.27 – Frequência de atividades sociais x posse de veículo

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Frequência atividades sociais	diariamente	9	21	4	5	39
	%	,7%	,6%	,4%	1,0%	,6%
	frequentemente	131	591	392	258	1372
	%	9,9%	18,1%	36,7%	50,9%	22,3%
	raramente	266	829	245	99	1439
	%	20,2%	25,4%	22,9%	19,5%	23,4%
	Não se envolve	911	1820	428	145	3304
	%	69,2%	55,8%	40,0%	28,6%	53,7%
Total		1317	3261	1069	507	6154
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3.28 – Frequência de atividades sociais x renda

Constata-se que o envolvimento freqüente em atividades sociais é significativamente superior à média para solteiros, sem filhos, pessoas que trabalham, entre 15 e 24 anos, que possuem veículo e com renda superior a 5 SM, enquanto o não envolvimento nesta mesma atividade é superior à média para viúvos, pessoas com filhos, aqueles com mais de 45 anos, que não possuem veículo, e para aqueles com renda até 3 SM.

**Capítulo 4: Preferências em Relação à Escolha de
Localidade e de Modo em Atividades de Lazer**

4. Preferências em relação à escolha de localidade e de modo em atividades de lazer

4.1. Apresentação

O capítulo 4 visa a identificar os principais critérios de escolha em relação ao local onde as pessoas se envolvem em atividades de lazer, bem como em relação ao modo utilizado nestes deslocamentos.

O item 4.2 trata das preferências em relação às atividades físicas, o 4.3 em relação às atividades gastronômicas e o 4.4 em relação às atividades sociais.

Por fim o item 4.5 destaca as principais conclusões do capítulo, identificando alguns grupos com preferências semelhantes.

4.2. Atividades Físicas

Como visto no capítulo 3, a freqüência desta atividade foi dividida em apenas duas grandes categorias: regularmente, aglutinando as freqüências diárias e semanais; e raramente, agregando mensalmente e raramente, como ilustra a figura 4.1 que revela a metodologia utilizada na análise dos dados referentes à atividade física.

Em seguida, os respondentes revelam quais os atributos são considerados na escolha de localidade para a prática de exercícios físicos dentre: proximidade da atividade principal, proximidade de casa, marca/nome, preço, facilidades e diversidade, e verifica-se se existem variações entre as freqüências previamente estabelecidas, e de acordo com as diferentes variáveis socioeconômicas utilizadas. O mesmo

procedimento se dá em relação ao modo utilizado. Por fim os critérios considerados na escolha do modo são revelados, e investiga-se se há diferenças em função da frequência, das variáveis socioeconômicas, e do modo escolhido, e resgatam-se, neste momento, os atributos de escolha de localidade associados ao modo, para confrontar com as determinantes da escolha modal.

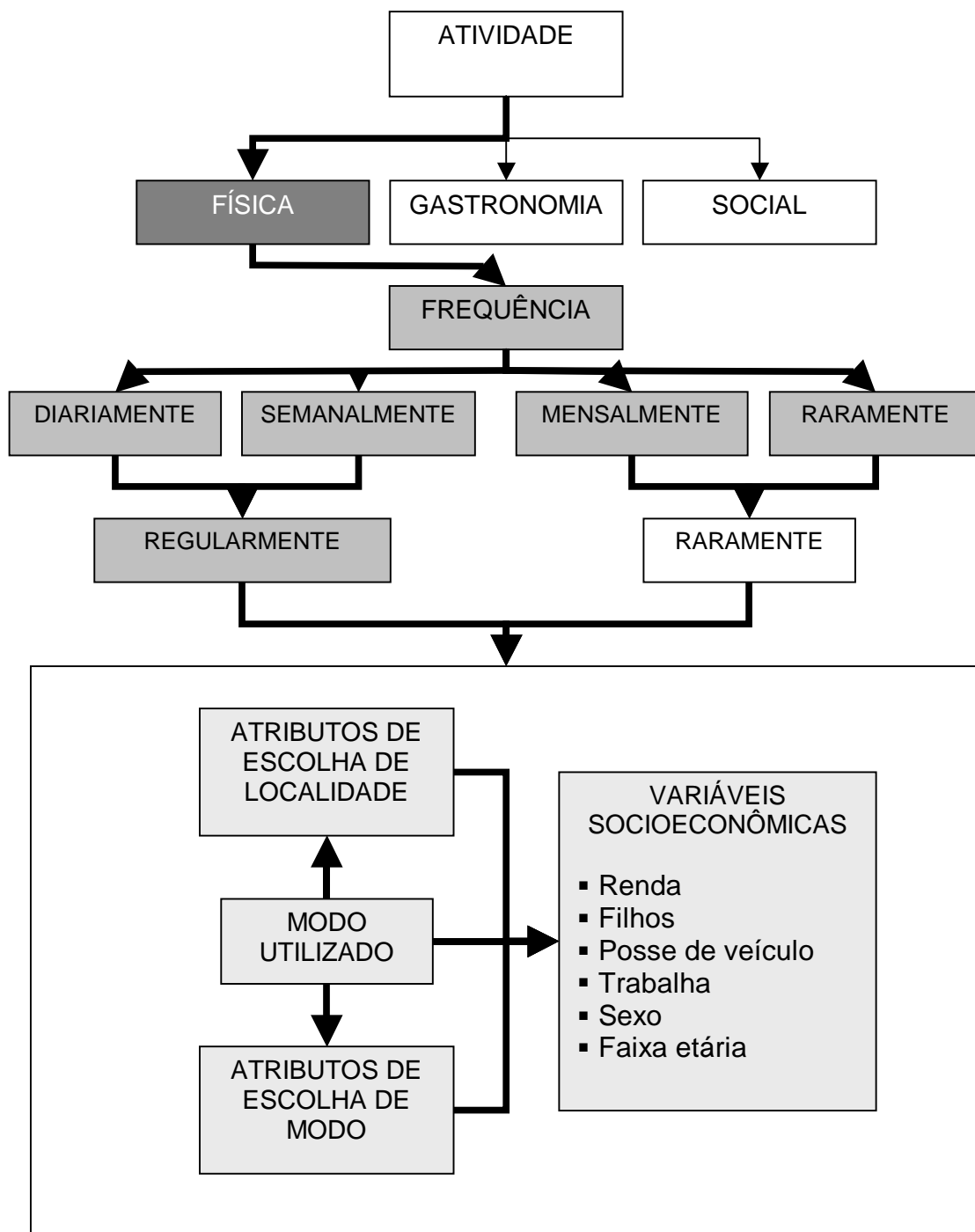


Figura 4.1 – Metodologia para análise de atividade física

4.2.1. Preferências na escolha do local da atividade

Os entrevistados foram perguntados sobre as razões que os levam a escolher determinada localidade para a prática de atividades físicas, e, em questões de múltipla

escolha, poderiam escolher tantos atributos quanto quisessem, sendo eles: proximidade da atividade principal, proximidade de casa, marca/nome, preço, facilidades e diversidade.

Dentre estes, o de maior preferência é a proximidade de casa (57,7%), seguido por facilidades (12%) e preço (11,2%), conforme ilustra o Gráfico 4.1.

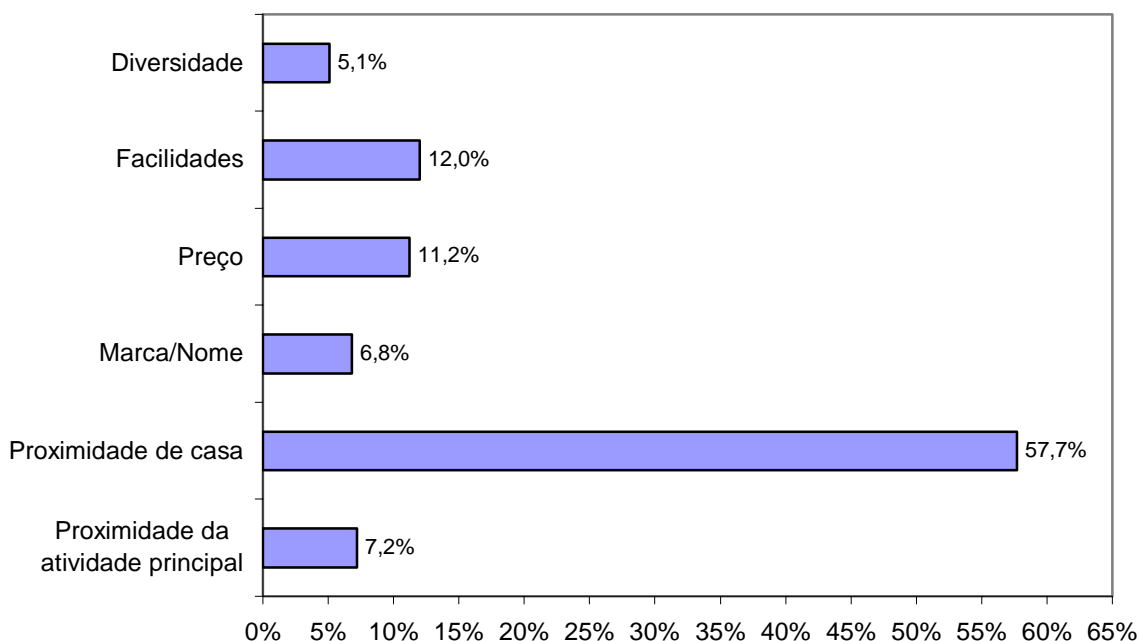


Gráfico 4.1 – Atributos de escolha de localidade das atividades físicas

Contudo, algumas diferenças podem ser percebidas ao se associar tais preferências a variáveis socioeconômicas. Por exemplo, o atributo proximidade de casa permanece como o primeiro para todos os estados civis, enquanto em relação ao segundo critério mais considerado há variações: para os solteiros é igualmente preço e facilidades, para os casados é facilidades seguido por preço

		Estado civil				Total
		Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Atributos de localização das atividades físicas	Proximidade atividade principal	31	11		5	47
	%	8,2%	5,4%		11,6%	7,3%
	Proximidade casa	229	108	13	23	373
	%	60,4%	52,7%	65,0%	53,5%	57,7%
	Marca/Nome	20	18	3	3	44
	%	5,3%	8,8%	15,0%	7,0%	6,8%
	Preço	40	25	3	4	72
	%	10,6%	12,2%	15,0%	9,3%	11,1%
	Facilidades	40	31	1	6	78
	%	10,6%	15,1%	5,0%	14,0%	12,1%
Diversidade	19	12		2	33	
%	5,0%	5,9%		4,7%	5,1%	
Total		379	205	20	43	647
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

(vide tabela 4.1).

Tabela 4.1 – Atividade física : atributos de escolha de localidade x Estado civil

Não se nota diferença entre os que têm filhos ou não: o fator determinante para a maioria é a proximidade de casa, seguido por facilidade e preço. O mesmo comportamento se apresenta para os que têm veículo ou não (vide tabelas 1 e 2 no Anexo I).

Já entre os que trabalham e os que não trabalham percebem-se diferenças: para os últimos, o segundo atributo mais escolhido é facilidades, e em seguida preço, enquanto para os primeiros, o segundo atributo mais escolhido é preço, seguido por proximidade da atividade principal, o que faz sentido, já que as pessoas que trabalham têm a opção de encadear viagens, o que pode significar que estas pessoas podem ir de casa para o trabalho e em seguida praticam atividades físicas, para então retornar à casa (vide tabela 4.2).

			Trabalha		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		10	37	47
localização	atividade principal	%	3,7%	10,2%	7,4%
atividades	Proximidade casa		162	203	365
físicas		%	59,3%	56,2%	57,6%
	Marca/Nome		18	26	44
		%	6,6%	7,2%	6,9%
	Preço		31	38	69
		%	11,4%	10,5%	10,9%
	Facilidades		43	33	76
		%	15,8%	9,1%	12,0%
	Diversidade		9	24	33
		%	3,3%	6,6%	5,2%
Total			273	361	634
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.2 - Atividade física : atributos de escolha de localidade x trabalha

A proximidade de casa também é o principal atributo para homens e mulheres, contudo para as mulheres o segundo é preço seguido por facilidades e para os homens o comportamento é o inverso, entretanto facilidades e preço têm peso maior (vide tabela 4.3).

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Atributos	Proximidade		21	26	47
localização	atividade principal	%	7,0%	7,5%	7,2%
atividades	Proximidade casa		169	206	375
físicas		%	56,0%	59,2%	57,7%
	Marca/Nome		18	26	44
		%	6,0%	7,5%	6,8%
	Preço		37	36	73
		%	12,3%	10,3%	11,2%
	Facilidades		44	34	78
		%	14,6%	9,8%	12,0%
	Diversidade		13	20	33
		%	4,3%	5,7%	5,1%
Total			302	348	650
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.3 - Atividade física : Atributos de escolha de localidade x sexo

Entre as faixas etárias, o segundo critério de escolha do local onde se pratica atividades físicas é facilidades para as faixas acima de 25, e preço para a faixa de 14 a 24 anos. Isso pode ser explicado pelo fato de que nesta idade muitos ainda não trabalham, e o fator preço certamente pesa na decisão. O terceiro atributo para esta faixa etária é facilidades e para as demais é preço (conforme tabela 3 no Anexo I).

Ao se analisar separadamente por faixa de renda, algumas diferenças de preferências são detectadas, à exceção da proximidade de casa que é determinante para todas as classes. Vale ressaltar que, para a análise dos atributos de localidade das atividades físicas, as duas faixas mais baixas foram agregadas formando uma nova classe “até 5 SM”, visto que a classe “até 3 SM” não tem muita representatividade nesta atividade e apresenta comportamento semelhante ao da classe “3 a 5 SM”.

Assim, se para a classe até 5 SM o preço é o segundo fator determinante, e para a classe de 5 a 8 SM o terceiro, já para a classe acima de 8 SM, é apenas o penúltimo fator considerado, sendo o segundo atributo a marca ou o nome, e o terceiro, a

proximidade da atividade principal, para pessoas desta faixa de renda. Já o atributo facilidades é o segundo considerado para a faixa intermediária, e o terceiro para a faixa mais baixa, como ilustra a tabela 4.4.

			Faixa de renda			Total
			até 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos	Proximidade		19	17	11	47
localização	atividade principal	%	6,2%	8,0%	8,4%	7,2%
atividades físicas	Proximidade casa		180	114	81	375
		%	58,6%	53,8%	61,8%	57,7%
	Marca/Nome		19	10	15	44
		%	6,2%	4,7%	11,5%	6,8%
	Preço		40	25	8	73
		%	13,0%	11,8%	6,1%	11,2%
	Facilidades		37	32	9	78
		%	12,1%	15,1%	6,9%	12,0%
	Diversidade		12	14	7	33
		%	3,9%	6,6%	5,3%	5,1%
Total			307	212	131	650
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.4 – Atividade física: atributos de escolha de localidade x Renda

Resgatando a classificação estabelecida na metodologia do capítulo 1, percebe-se que a dimensão espacial é a decisiva na opção pela localidade onde se pratica atividades físicas para todas as faixas de renda, como revela a tabela 4.5, principalmente para a faixa acima de 8 SM, pela qual é apontada como a dimensão determinante por 70,2% dos respondentes. A dimensão qualidade é a segunda, também para todas as classes.

A dimensão econômica é a menos considerada na escolha do local para prática de atividade física, o que pode ser compreendido pela natureza discricionária da atividade, que não é tida como de subsistência ou de manutenção, e, portanto não é indispensável para o indivíduo. Vale ressaltar que a importância de tal dimensão na decisão pela localidade para se praticar esta atividade é decrescente em razão do aumento da renda, representando apenas 6,1% para a faixa mais alta.

		Faixa de renda			Total
		até 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos	Dimensão	199	131	92	422
localização	Espacial	64,8%	61,8%	70,2%	64,9%
atividades	Dimensão	40	25	8	73
físicas	Econômica	13,0%	11,8%	6,1%	11,2%
	Dimensão	68	56	31	155
	Qualidade	22,2%	26,4%	23,7%	23,9%
Total		307	212	131	650
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.5 – Atividade física: Dimensões de localidade x renda

4.2.2. Preferências quanto ao modo de transporte utilizado

No que se refere às preferências em relação ao modo de transporte, a primeira questão levantada para os entrevistados foi em relação ao modo escolhido por eles em deslocamentos realizados para prática de atividades físicas, e como resposta poderiam optar entre ônibus, van, trem/metrô e barcas, bicicleta, pé, moto, táxi e carro, que, para efeito metodológico, foram agrupados em coletivo, não motorizado e individual motorizado, conforme classificação já mencionada.

Quanto ao modo utilizado nos deslocamentos realizados para a prática de atividades físicas, o mais utilizado é o não motorizado (61,9%), seguido por individual motorizado (21,4%), e pelo coletivo (16,6%), como revela a tabela 4.6.

	Modo utilizado atividades físicas	
	Count	%
Coletivo	90	16,6%
Não motorizado	335	61,9%
Individual motorizado	116	21,4%
Total	541	100,0%

Tabela 4.6 – Distribuição dos modos utilizados em deslocamentos para atividades físicas

Entretanto, associando a escolha do modo a características socioeconômicas algumas diferenças podem ser percebidas. A tabela 4.7 revela algumas diferenças no tocante ao estado civil. A primeira opção para todos os estados civis é o modo não motorizado, porém a segunda opção dos solteiros e viúvos é o coletivo, enquanto para os casados e separados é o individual motorizado. Esta preferência de solteiros e viúvos pelo coletivo pode representar o estilo de vida mais livre e independente, e já a dos casados e separados pelo individual motorizado pode retratar o compartilhamento

do veículo com os demais membros da família, no caso dos casados cônjuges e filhos, e no caso dos separados, apenas filhos.

			Estado civil				Total
			Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Modo utilizado	Coletivo	%	58	22	4	6	90
			18,4%	12,6%	26,7%	17,6%	16,7%
atividades físicas	Não motorizado	%	208	95	11	19	333
			66,0%	54,3%	73,3%	55,9%	61,8%
	Individual motorizado	%	49	58		9	116
			15,6%	33,1%		26,5%	21,5%
Total			315	175	15	34	539
%			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.7 – Modo utilizado em deslocamentos para atividades físicas x Estado civil

O veículo também confere flexibilidade, ideal para quem precisa ir a mais de um lugar, com mais de uma pessoa, além de facilitar o transporte de bagagens, comum para quem tem crianças. A divisão modal, considerada para os que têm filhos ou não, está demonstrada na tabela 4.8, comprovando que os que têm filhos preferem, como segunda opção individual motorizado, e os sem filhos, o coletivo.

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Modo utilizado	Coletivo	%	54	36	90
			18,7%	14,4%	16,7%
atividades físicas	Não motorizado	%	193	140	333
			66,8%	56,0%	61,8%
	Individual motorizado	%	42	74	116
			14,5%	29,6%	21,5%
Total			289	250	539
%			100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.8– Modo utilizado em deslocamentos para atividades físicas x Filhos

Entre os que trabalham e os que não trabalham, também há variações quanto ao segundo modo mais utilizado: para os que não trabalham, é o coletivo, já para os que trabalham é o individual motorizado (vide tabela 4.9). Tal diferença pode se dar em função do poder aquisitivo, que para os primeiros pode ser mais baixo, enquanto para os últimos, mais elevado, e estes ainda podem encadear viagens, ou seja, utilizar o veículo próprio para ir ao trabalho, e em seguida para atividade física, ou vice-versa.

		Trabalha		Total
		Não	Sim	
Modo utilizado para atividades físicas	Coletivo	50	39	89
	%	20,9%	13,1%	16,6%
Modo utilizado para atividades físicas	Não motorizado	149	182	331
	%	62,3%	61,3%	61,8%
Modo utilizado para atividades físicas	Individual motorizado	40	76	116
	%	16,7%	25,6%	21,6%
Total		239	297	536
%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.9 – Modo utilizado em deslocamentos para atividades físicas x Trabalha

No que se refere ao sexo, nenhuma diferença é percebida, homens e mulheres apresentam as mesmas preferências, sendo a primeira o modo não motorizado, seguido pelo individual motorizado e pelo coletivo, respectivamente, conforme tabela 4 no Anexo I.

A tabela 4.10 demonstra a escolha de modo associada à faixa etária, e nota-se que a primeira opção em todas as idades é o não motorizado, e a segunda para as faixas acima de 25 anos é o individual motorizado, enquanto para aqueles entre 15 e 24 anos é o coletivo, provavelmente devido ao fato de que as pessoas desta faixa não

		Faixa etária				Total
		15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Modo utilizado para atividades físicas	Coletivo	45	31	11	3	90
	%	20,8%	14,1%	12,6%	16,7%	16,6%
Modo utilizado para atividades físicas	Não motorizado	141	129	54	11	335
	%	65,3%	58,6%	62,1%	61,1%	61,9%
Modo utilizado para atividades físicas	Individual motorizado	30	60	22	4	116
	%	13,9%	27,3%	25,3%	22,2%	21,4%
Total		216	220	87	18	541
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

possuírem veículo.

Tabela 4.10 – Modo utilizado em deslocamentos para atividades físicas x Faixa etária

Analisando separadamente por faixa de renda, algumas diferenças são identificadas, embora o não motorizado se mantenha como o mais utilizado em todas as faixas de renda. Nas faixas mais baixas (até 5 SM) o coletivo é a segunda preferência, enquanto para as faixas mais elevadas (acima de 5 SM), é o individual motorizado, como demonstra a tabela 4.11.

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Modo utilizado	Coletivo	7	44	30	9	90
	%	29,2%	18,8%	17,1%	8,3%	16,6%
atividades físicas	Não motorizado	15	157	101	62	335
	%	62,5%	67,1%	57,7%	57,4%	61,9%
	Individual motorizado	2	33	44	37	116
	%	8,3%	14,1%	25,1%	34,3%	21,4%
Total		24	234	175	108	541
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.11 – Modo utilizado em deslocamentos para atividades físicas x Renda

Pela tabela 4.12, percebe-se que a posse de veículo por faixa de renda justifica a 2ª opção de modo utilizado para cada faixa de renda: a maioria das pessoas das classes até 5 SM não possui veículo, e por isso muitas delas utilizam o modo coletivo, enquanto pra aqueles das classes acima de 5 SM a maioria possui veículo, e assim, muitos utilizam o meio individual motorizado.

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Posse de veículo	Não	40	194	46	8	288
	%	93,0%	64,9%	22,7%	6,3%	42,9%
	Sim	3	105	157	119	384
	%	7,0%	35,1%	77,3%	93,7%	57,1%
Total		43	299	203	127	672
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.12 – Atividade física: Posse de veículo x Renda

A tabela 4.13 demonstra que o percentual dos que não têm veículo e utilizam o modo não motorizado (71,9%) é mais elevado do que os que possuem veículo e se deslocam pelo mesmo modo (54,6), o que é coerente, já que não tendo veículo, as possibilidades se restringem. Outro aspecto relevante é uma maior concentração do uso do modo individual motorizado por aqueles que possuem veículo, em relação aos que não possuem, justamente pelo fato de contarem com esta alternativa, o que explica a menor proporção no modo não motorizado.

		Posse de veículo		Total
		Não	Sim	
Modo utilizado	Coletivo	47	43	90
	%	20,6%	13,7%	16,6%
atividades físicas	Não motorizado	164	171	335
	%	71,9%	54,6%	61,9%
	Individual motorizado	17	99	116
	%	7,5%	31,6%	21,4%
Total		228	313	541
%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.13 – Modo utilizado em deslocamentos para atividades físicas x Posse de veículo

A segunda pergunta feita aos respondentes da pesquisa, em relação ao modo de transporte utilizado, se refere às razões que os levam a optar por um determinado modo em detrimento dos outros. Assim, os entrevistados deveriam determinar quais destes critérios os levavam a escolher determinado modo para tal deslocamento, e poderiam optar por apenas um, ou até mesmo todos, entre os 8 atributos elencados: tempo de espera, tempo de viagem, preço, segurança, conforto, frequência, acessibilidade* e único meio.

Desta forma, o critério acessibilidade é o mais considerado nas escolhas dos modos nos deslocamentos para a realização de atividades físicas, com 61,9% das preferências. O segundo atributo mais declarado foi o conforto (12,9%), como mostra o gráfico 4.2. Os demais atributos apresentaram baixa representatividade na análise geral.

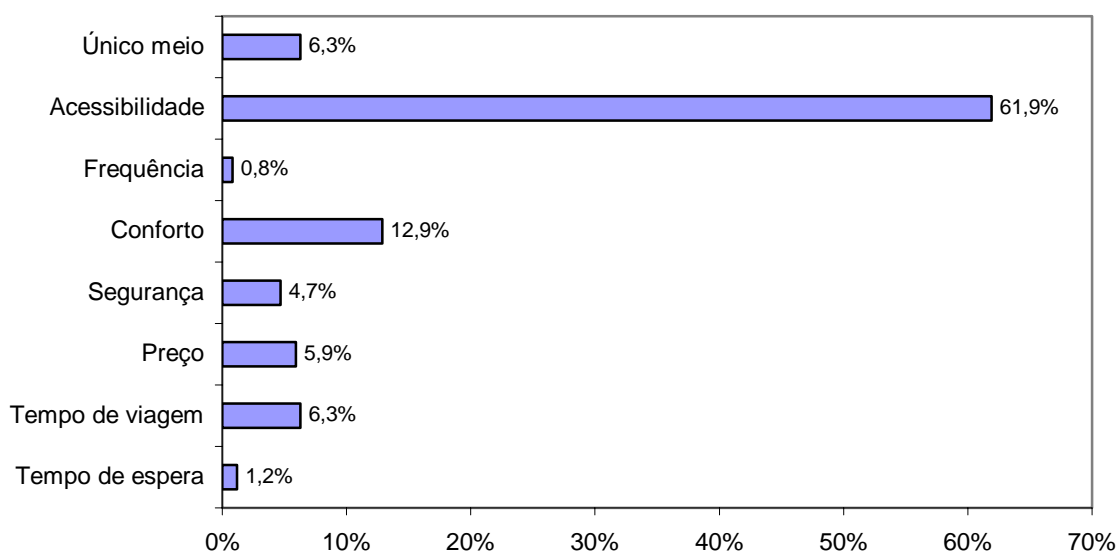


Gráfico 4.2 - Preferências na escolha do modo nos deslocamentos para atividades físicas

Relacionando os atributos de escolha modal às variáveis socioeconômicas, nota-se que não há diferença representativa entre os diferentes estados civis, entre os que têm

* Para efeito do presente trabalho, os atributos proximidade do ponto e proximidade da origem/destino, da base de dados original, foram aglutinados, formando o atributo acessibilidade.

filhos ou não, entre os que trabalham ou, não, entre homens e mulheres e entre as faixas etárias, sendo acessibilidade o critério mais escolhido, e conforto o segundo. (vide tabelas 5 a 9 no Anexo I).

A acessibilidade é o primeiro atributo tanto para quem possui veículo quanto para que não possui, entretanto, o conforto aparece como segundo para os primeiros (19,3%),

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	%	3		3
			2,5%		1,2%
	Tempo de viagem	%	6	10	16
			5,0%	7,4%	6,3%
	Preço	%	10	5	15
			8,3%	3,7%	5,9%
	Segurança	%	1	11	12
			,8%	8,1%	4,7%
	Conforto	%	7	26	33
			5,8%	19,3%	12,9%
	Frequência	%	1	1	2
			,8%	,7%	,8%
	Proximidade origem destino	%	4	4	8
			3,3%	3,0%	3,1%
	Proximidade do ponto	%	79	71	150
		65,8%	52,6%	58,8%	
Único meio	%	9	7	16	
		7,5%	5,2%	6,3%	
Total		120	135	255	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

enquanto preço é o segundo para os últimos (8,3%), vide 4.14.

Tabela 4.14 – Atividade física: Atributos de escolha de modal x posse de veículo

Já a tabela 4.15 revela algumas variações no tocante à análise por faixa de renda. Percebe-se que o primeiro atributo para ambas as faixas de renda é acessibilidade, embora para a faixa mais baixa tal atributo tenha um peso maior. O segundo atributo mais considerado é o conforto, também para as duas faixas, apesar de ser mais representativo para a classe mais alta. O 3º critério para a faixa até 5 SM é preço, enquanto para a classe acima de 5 SM passa a ser segurança e tempo de viagem*.

* Para efeito desta análise as classes até 3 SM e de 3 a 5 SM foram aglutinadas em até 5 SM, e as classes de 5 a 8 SM e acima de 8 SM se juntaram, formando a classe acima de 8 SM, visto que apresentavam os mesmos comportamentos.

			Faixa de renda		Total
			até 5 SM	+ de 5 SM	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	%	2 1,4%	1 ,9%	3 1,2%
	Tempo de viagem	%	8 5,4%	8 7,5%	16 6,3%
	Preço	%	11 7,4%	4 3,7%	15 5,9%
	Segurança	%	4 2,7%	8 7,5%	12 4,7%
	Conforto	%	15 10,1%	18 16,8%	33 12,9%
	Frequência	%	2 1,4%		2 ,8%
	Acessibilidade	%	97 65,6%	61 57,0%	158 61,9%
	Único meio	%	9 6,1%	7 6,5%	16 6,3%
	Total	%	148 100,0%	107 100,0%	255 100,0%

Tabela 4.15 – Atividade física: Atributos de escolha modal x Renda

Analisando as preferências individualmente por modo, percebe-se que, dos 61,9% que utilizam o não motorizado, a maioria possui veículo (51%), conforme tabela 4.16,

			Modo utilizado atividades físicas			Total
			Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Posse de veículo	Não	%	47 52,2%	164 49,0%	17 14,7%	228 42,1%
	Sim	%	43 47,8%	171 51,0%	99 85,3%	313 57,9%
Total	%	90 100,0%	335 100,0%	116 100,0%	541 100,0%	

Tabela 4.16 – Atividade física: Posse de veículo x modo utilizado

evidenciando a opção pelo modo não motorizado, mesmo quando se possui veículo, indicando que a escolha do modo se dá em função da natureza da atividade que determina a preferência por locais próximos à residência para prática de atividades

		Modo utilizado atividades físicas			Total
		Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Atributos localização atividades físicas	Proximidade atividade principal	12	20	9	41
	%	17,1%	5,8%	7,9%	7,8%
	Proximidade casa	11	247	50	308
	%	15,7%	71,8%	43,9%	58,3%
	Marca/Nome	10	10	15	35
	%	14,3%	2,9%	13,2%	6,6%
	Preço	12	30	9	51
	%	17,1%	8,7%	7,9%	9,7%
	Facilidades	17	29	20	66
	%	24,3%	8,4%	17,5%	12,5%
Diversidade		8	8	11	27
	%	11,4%	2,3%	9,6%	5,1%
Total		70	344	114	528
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

físicas, como mencionado anteriormente, e comprovado na tabela 4.17, que demonstra que 71,8% dos que utilizam este modo, optam por locais próximos à residência para praticar atividades físicas. Quanto aos atributos de escolha de modo, este mesmo grupo elege a acessibilidade (83,2%) como o critério determinante em sua escolha, conforme tabela 4.18, o que está plenamente coerente com o critério de proximidade de casa na escolha do local.

Tabela 4.17 – Atividade física: Atributos de escolha de localização x modo utilizado

Do grupo de 21,4% dos que utilizam o modo individual motorizado, 43,9% elegendam a proximidade de casa como principal atributo de escolha de localidade (vide tabela 4.17), e, como já esperado, a grande maioria possui veículo (85,3%), como na tabela 4.16. Quanto aos atributos de escolha modal (vide tabela 4.18), o principal critério foi conforto (39,1%), seguido por acessibilidade (26,1%), tempo de viagem (17,4%) e segurança (10,9%).

Neste caso, boa parte dos que utilizam o modo individual motorizado poderia ser estimulada a se deslocar por meios não motorizados, visto que optam por locais próximos a sua residência. Para tanto, seria necessário que a localidade tivesse um tratamento urbanístico adequado, com boa sinalização, dando preferência para o tráfego para pedestres, acompanhado de uma campanha de conscientização junto aos

moradores da região incentivando os deslocamentos não motorizados e o respeito ao pedestre.

		Modo utilizado atividades físicas			Total
		Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	1	2		3
	%	2,7%	1,3%		1,3%
	Tempo de viagem	4	4	8	16
	%	10,8%	2,6%	17,4%	6,7%
	Preço	9	4	1	14
	%	24,3%	2,6%	2,2%	5,9%
	Segurança	2	3	5	10
	%	5,4%	1,9%	10,9%	4,2%
	Conforto	4	8	18	30
	%	10,8%	5,2%	39,1%	12,6%
	Frequência		1	1	2
	%		,6%	2,2%	,8%
Acessibilidade	7	129	12	148	
%	18,9%	83,2%	26,1%	62,2%	
Único meio	10	4	1	15	
%	27,0%	2,6%	2,2%	6,3%	
Total		37	155	46	238
%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.18 – Atividade física: Atributos de escolha modal x modo utilizado

Quanto aos 16,6% que utilizam o modo coletivo, a maioria não possui veículo (52,2%), como expresso na tabela 4.16, e no tocante aos critérios de escolha da localidade onde praticam atividades físicas, percebe-se uma distribuição muito próxima entre os atributos, como revela a tabela 4.17, diferentemente do que se detecta nos demais modos, onde um atributo se destaca dentre os outros. Para aqueles que utilizam o modo coletivo, as facilidades (24,3%) do local são indicadas como principal critério de escolha, seguido por preço (17,1%) e proximidade da atividade principal (17,1%). O critério proximidade de casa se posiciona apenas em 4º lugar na preferência dos que se deslocam por modo coletivo, variando bastante em relação ao modo não motorizado (71,8%) e do individual motorizado (43,9%), que apontam tal atributo como o principal.

Em relação aos atributos de escolha modal dos que utilizam o modo coletivo, 27% declaram que este é o único meio, seguido por preço (24,3%) e acessibilidade (18,9%), conforme tabela 4.18. A preferência por “Único meio” como principal critério pode ser justificado pelo fato de que a maioria das pessoas que se desloca por

coletivo não possui veículo, logo não tem o individual motorizado como opção, e ainda pelo fato de proximidade de casa não representar uma parcela significativa deste grupo, inviabilizando o modo individual motorizado. O atributo preço como 2º atributo mais considerado pode ser explicado pela baixa renda de boa parte daqueles que utilizam o modo coletivo.

Resgatando novamente a classificação de dimensões, ora aplicada aos atributos de escolha modal, percebe-se que a dimensão espacial é determinante na escolha do modo utilizado para todas as faixas renda (vide tabela 4.19). Entretanto, percebe-se que a dimensão temporal é a segunda mais importante para os da faixa de renda mais baixa, o que pode ser justificado pelo fato de que as pessoas de menor poder aquisitivo tendem a morar em regiões mais distantes, e costumam despender muito tempo em deslocamentos. Já a dimensão qualidade é a segunda mais relevante para todas as faixas acima de 3 SM, embora tenha um peso bem maior para aqueles de faixa acima de 8 SM.

Vale notar que a dimensão econômica, apesar de não ser muito expressiva para os deslocamentos para realização de atividades físicas, tende a ter menos importância quanto mais elevada é a faixa de renda, como era de se esperar.

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos modais	Dimensão Econômica	%		11 8,3%	3 4,5%	1 2,5%	15 5,9%
	atividades físicas	Dimensão Qualidade	%	1 6,3%	18 13,6%	17 25,4%	9 22,5%
		Dimensão Temporal	%	2 12,6%	10 7,6%	6 9,0%	3 7,5%
	Dimensão Espacial	%	12 75,1%	85 64,4%	36 53,7%	25 62,5%	158 61,9%
	Dependência	%	1 6,3%	8 6,1%	5 7,5%	2 5,0%	16 6,3%
Total			16	132	67	40	255
%			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.19 – Atividade física: Dimensões x Renda

4.3. Atividades Gastronômicas

Para atividades gastronômicas uniram-se as freqüências “semanalmente” e “mensalmente” criando uma nova categoria intitulada “freqüentemente”, devido à semelhança significativa de preferências entre essas categorias, detectada na análise preliminar, e foram mantidas as categorias originais “diariamente” e “raramente” (vide figura 4.2). Contudo, para a análise das preferências, “raramente” não foi considerada por não apresentar representatividade suficiente. Assim, na análise que segue, serão abordadas as freqüências “diariamente” e “freqüentemente”.

Em seguida, inicia-se a análise das preferências, revelando primeiramente os critérios considerados na escolha da localidade onde ocorrem as atividades gastronômicas, comparando se há distinções entre as diversas variáveis socioeconômicas. Posteriormente as determinantes de escolha em relação ao modo também são identificadas, igualmente associadas às características socioeconômicas. Neste momento, confrontam-se as opções com relação ao modo em função de seus próprios atributos, e dos atributos de escolha de localidade, com o intuito de confirmar se há relação entre tais opções.

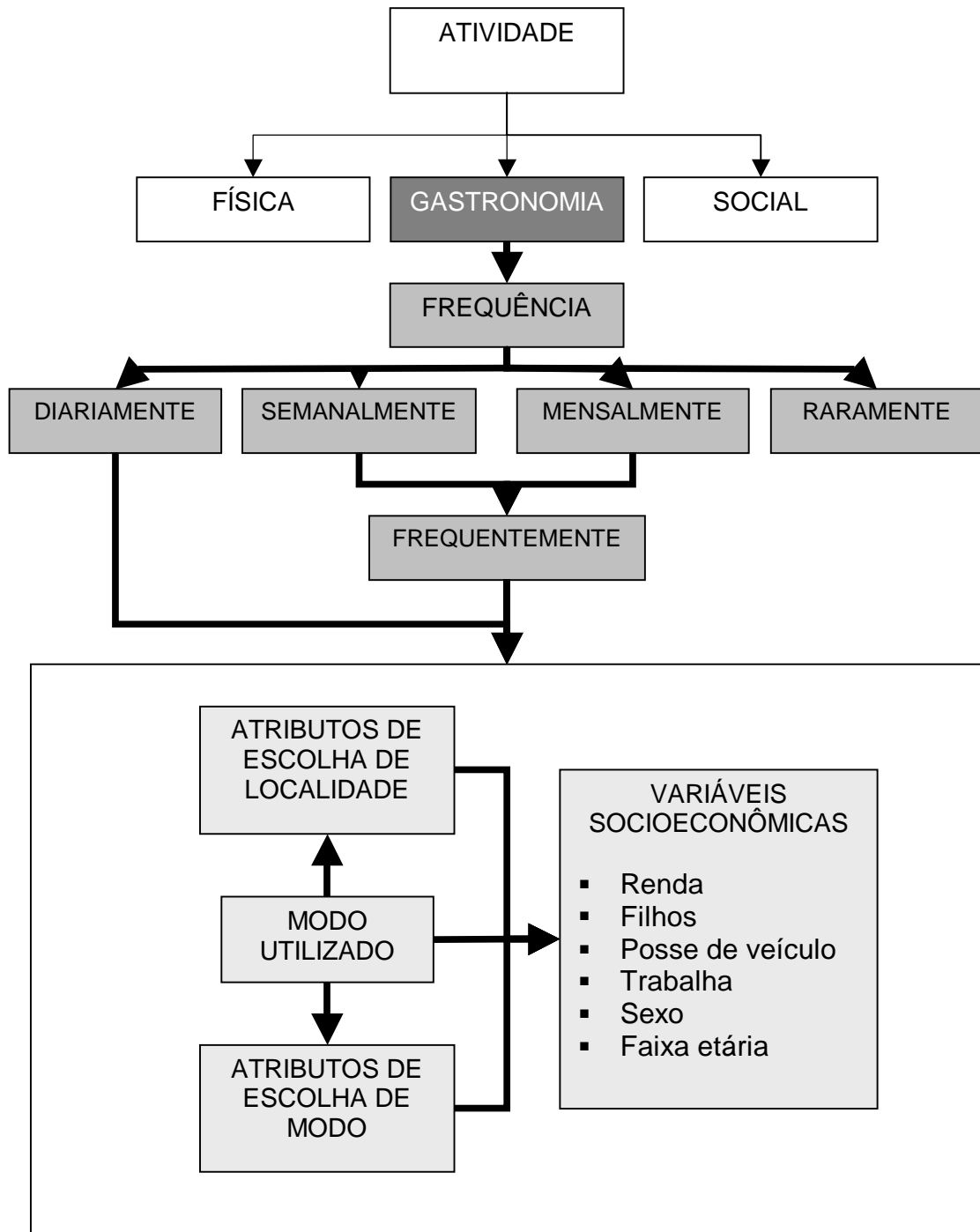


Figura 4.2 – Metodologia para análise de atividade gastronômica

4.3.1. Preferências na escolha do local da atividade

Em relação à preferência pelo local onde se envolvem em atividades gastronômicas, os respondentes da pesquisa utilizada para o presente estudo poderiam eleger tantos critérios quanto quisessem dentre: proximidade da atividade principal, proximidade de casa, marca/nome, preço, facilidades e diversidade. A distribuição destes critérios dentre os que se envolvem em atividade gastronômica com alguma frequência é revelada no gráfico 4.3.

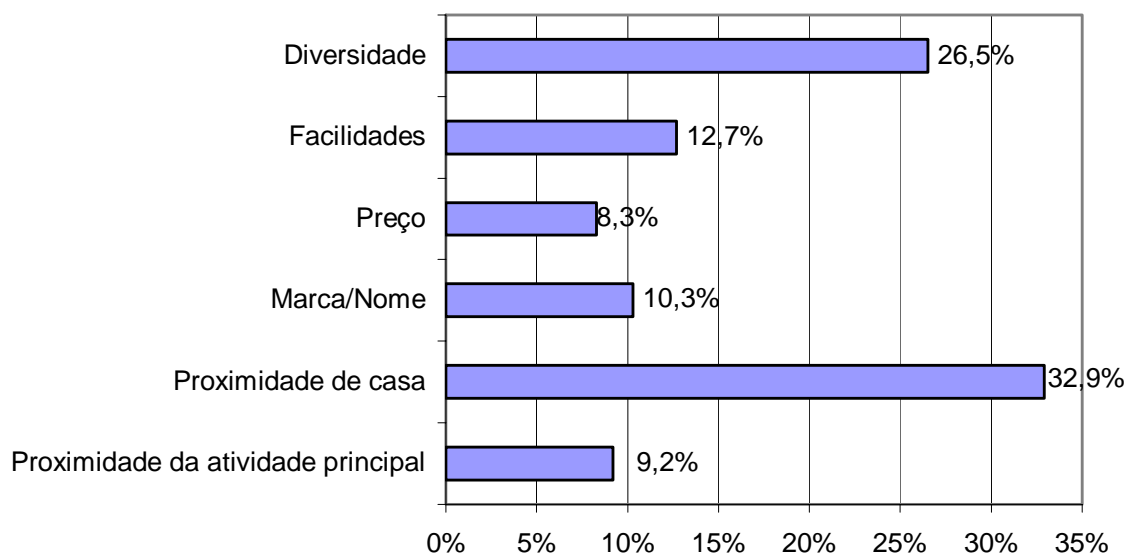


Gráfico 4.3 – Distribuição dos atributos de escolha de localidade

Pela tabela 4.20, nota-se que há diferenças significativas quando se analisa a preferência separadamente por frequência. O principal atributo de escolha de localidade para os que se envolvem diariamente em atividade gastronômica é a proximidade da atividade principal (42,9%), o que confirma, como foi sugerido anteriormente, que boa parte dos que apontam que se envolvem diariamente em tal atividade o faz por considerar a refeição realizada no período de trabalho/estudo uma atividade gastronômica. Vale ressaltar que para os que se engajam em tal atividade freqüentemente este atributo é o menos representativo (3,6%), e para os que o fazem raramente não é sequer mencionado. Ainda para os diários, a segunda preferência é proximidade de casa (30%), seguida por diversidade (9,2%).

			Frequencia gastronomia			Total
			diariamente	frequentemente	raramente	
Atributos	Proximidade		103	52		155
localização	atividade principal	%	42,9%	3,6%		9,2%
gastronomia	Proximidade casa		72	481	4	557
		%	30,0%	33,4%	36,4%	33,0%
	Marca/Nome		10	160	1	171
		%	4,2%	11,1%	9,1%	10,1%
	Preço		14	125	2	141
		%	5,8%	8,7%	18,2%	8,3%
	Facilidades		19	197	1	217
		%	7,9%	13,7%	9,1%	12,8%
	Diversidade		22	423	3	448
		%	9,2%	29,4%	27,3%	26,5%
Total			240	1438	11	1689
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.20 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha de localidade x frequência

Para os freqüentes, o principal critério de escolha da localidade é proximidade de casa (33,4%), seguido por diversidade (29,4%) e facilidades (13,7%), e para os que se envolvem em atividade gastronômica raramente os dois primeiro critérios são os mesmos, porém, o terceiro é preço, o que pode indicar o porquê de só se envolvem raramente em tal atividade (vide tabela 4.20).

A proximidade de casa e a diversidade também são as principais preferências para solteiros casados, viúvos e separados (vide tabela 4.21). Entretanto, para os últimos a terceira é proximidade da atividade principal, enquanto para os demais é facilidades. Independente do estado civil, o preço é o último atributo considerado na escolha do local.

			Estado civil				Total
			Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Atributos	Proximidade		76	64		17	157
localização	atividade principal	%	10,2%	8,8%		15,6%	9,4%
gastronomia	Proximidade casa		255	221	41	37	554
		%	34,3%	30,3%	43,2%	33,9%	33,0%
	Marca/Nome		72	83	9	9	173
		%	9,7%	11,4%	9,5%	8,3%	10,3%
	Preço		57	64	9	6	136
		%	7,7%	8,8%	9,5%	5,5%	8,1%
	Facilidades		83	107	14	12	216
		%	11,2%	14,7%	14,7%	11,0%	12,9%
	Diversidade		201	190	22	28	441
		%	27,0%	26,1%	23,2%	25,7%	26,3%
Total			744	729	95	109	1677
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.21 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha de localidade x estado civil

Entre os que têm filhos ou não, nenhuma diferença é identificada, sendo o primeiro critério proximidade de casa, seguido por diversidade e facilidade. O mesmo ocorre entre homens e mulheres. (vide tabelas 10 e 11 no Anexo I).

A proximidade de casa e a diversidade são, respectivamente, os primeiro e segundo critérios tanto para os que trabalham quanto para os que não trabalham. Porém, marca/nome é o terceiro para os que não trabalham e facilidades, para os que o

			Trabalha		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		31	126	157
localização	atividade principal	%	4,6%	12,9%	9,5%
gastronomia	Proximidade casa		259	291	550
		%	38,2%	29,8%	33,2%
	Marca/Nome		86	85	171
		%	12,7%	8,7%	10,3%
	Preço		56	77	133
		%	8,3%	7,9%	8,0%
	Facilidades		84	132	216
		%	12,4%	13,5%	13,0%
	Diversidade		162	267	429
		%	23,9%	27,3%	25,9%
Total			678	978	1656
	%		100,0%	100,0%	100,0%

fazem, conforme tabela 4.22.

Tabela 4.22 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha de localidade x trabalha

Os indivíduos de 15 a 44 anos apresentam as mesmas preferências: proximidade de casa, diversidade e facilidades, nesta ordem. Para aqueles com mais de 45 anos, os dois primeiros atributos são os mesmos, contudo, o terceiro para os de 45 a 64 anos é marca/nome, e para os com mais de 65 é o preço, como na tabela 4.23.

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Atributos localização gastronomia	Proximidade		38	85	32	3	158
	atividade principal	%	7,7%	11,1%	10,2%	2,2%	9,2%
	Proximidade casa		175	237	95	56	563
		%	35,4%	31,0%	30,2%	40,9%	32,9%
	Marca/Nome		49	63	49	16	177
		%	9,9%	8,2%	15,6%	11,7%	10,3%
	Preço		45	60	19	18	142
		%	9,1%	7,9%	6,0%	13,1%	8,3%
	Facilidades		57	99	45	17	218
		%	11,5%	13,0%	14,3%	12,4%	12,7%
Diversidade		131	220	75	27	453	
	%	26,5%	28,8%	23,8%	19,7%	26,5%	
Total		495	764	315	137	1711	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.23 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha de localidade x faixa etária

Ao se associar os critérios de escolha de localidade à posse de veículo, nenhuma variação é constatada (vide tabela 12 no Anexo I). Já os relacionando às faixas de renda, como demonstra a tabela 4.24, percebe-se que o primeiro é proximidade de casa, seguido por diversidade, para todas as classes. Já o terceiro critério para a faixa mais elevada é marca/nome (14,4%), enquanto para as demais é facilidades. Porém, percebe-se que o atributo proximidade de casa, embora seja o mais considerado, passa a ter cada vez menos importância quanto mais alta a faixa de renda, e o segundo atributo, diversidade, passa a ser mais relevante quanto mais alta a faixa de renda. A preferência por preço é a quarta nas duas classes mais baixas, e a última nas duas mais altas.

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos localização gastronomia	Proximidade		20	66	37	35	158
	atividade principal	%	14,2%	8,6%	7,9%	10,5%	9,2%
	Proximidade casa		49	260	154	100	563
		%	34,8%	34,0%	32,7%	29,9%	32,9%
	Marca/Nome		9	72	48	48	177
		%	6,4%	9,4%	10,2%	14,4%	10,3%
	Preço		19	76	32	15	142
		%	13,5%	9,9%	6,8%	4,5%	8,3%
	Facilidades		21	101	58	38	218
		%	14,9%	13,2%	12,3%	11,4%	12,7%
Diversidade		23	190	142	98	453	
	%	16,3%	24,8%	30,1%	29,3%	26,5%	
Total		141	765	471	334	1711	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.24 - Atividade gastronômica: Atributos de escolha de localidade x renda

Classificando os atributos de escolha de localidade conforme dimensões estabelecidas no capítulo 1, encontra-se que a importância da dimensão qualidade se eleva em função do aumento da renda, e a importância das dimensões espacial e econômica diminui conforme a renda aumenta (vide tabela 4.25). Assim, para a faixa de renda mais baixa, a dimensão mais relevante é a espacial seguida da qualidade e da econômica. Para as classes acima de 3 SM a dimensão mais significativa é qualidade seguida por espacial e econômica.

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos localização gastronomia	Dimensão		69	326	191	135	721
	Espacial	%	49,0%	42,6%	40,6%	40,4%	42,1%
	Dimensão		19	76	32	15	142
	Econômica	%	13,5%	9,9%	6,8%	4,5%	8,3%
	Dimensão		53	363	248	184	848
	%	37,5%	47,5%	52,6%	55,1%	49,6%	
Total		141	765	471	334	1711	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.25 – Atividade gastronômica: Dimensões x renda

Assim, um estabelecimento de gastronomia deve primeiramente atentar para a qualidade de seu serviço, e para sua localização, uma vez que estas são as dimensões mais consideradas na escolha do local onde os que costumam se envolver em atividades gastronômicas com alguma frequência.

4.3.2. Preferências quanto ao modo de transporte utilizado

Como visto anteriormente, primeiramente foi perguntado aos respondentes qual o modo utilizado, neste caso, em deslocamentos para atividade gastronômica, e como resposta, estes poderiam indicar ônibus, van, trem/metrô e barcas, bicicleta, pé, moto, táxi e carro, que, para efeito metodológico, foram agrupados em coletivo, não motorizado e individual motorizado, conforme classificação já mencionada.

Para esta atividade, a preferência é para o modo individual motorizado (47,6%),

		Casos	%
Modo utilizado gastronomia	Coletivo	251	15,9%
	Não motorizado	575	36,5%
	Individual motorizado	749	47,6%
Total		1575	100,0%

seguido pelo não motorizado (36,5%) e coletivo (15,9%), conforme tabela 4.26.

Tabela 4.26 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica

Analisando isoladamente pela frequência de envolvimento em atividades gastronômicas (vide tabela 4.27), encontra-se que, dos 7,3% que o fazem diariamente, 74,1% optam pelo não motorizado, o que pode ser explicado pela preferência de 74,9% destas pessoas pela proximidade de casa ou da atividade principal na escolha da localidade (vide tabela 4.13). O segundo modo utilizado por estas pessoas é o individual motorizado (16,3%), e em seguida o coletivo (9,6%).

			Frequencia gastronomia			Total
			diariamente	frequentemente	raramente	
Modo utilizado gastronomia	Coletivo		16	200	6	222
		%	9,6%	17,1%	13,0%	16,0%
	Não motorizado		123	361	14	498
%		74,1%	30,8%	30,4%	36,0%	
Individual motorizado		27	611	26	664	
	%	16,3%	52,1%	56,5%	48,0%	
Total			166	1172	46	1384
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.27 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica x frequência

Aqueles 46,7% e 46% que o fazem freqüente e raramente, nesta ordem, apresentam as mesmas preferências em relação ao modo, sendo o mais utilizado o individual motorizado, como revela a tabela 4.27, embora a proximidade de casa seja apontada como o principal atributo de escolha da localidade pelos dois grupos (vide tabela 4.20). Esta questão será explicada oportunamente quando da análise dos atributos de escolha modal. O segundo modo eleito é o não motorizado, seguido pelo coletivo.

Para solteiros, casados e separados a opção é por individual motorizado, primeiramente, e em seguida não motorizado, apesar de a diferença percentual entre os dois modos para os casados seja significativa, enquanto para solteiros e separados esta diferença seja pequena (vide tabela 4.28), pois para os casados o individual

		Estado civil				Total
		Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Modo utilizado gastronomia	Coletivo	135	86	7	18	246
	%	20,1%	12,4%	10,1%	16,8%	15,9%
	Não motorizado	254	224	38	43	559
	%	37,9%	32,2%	55,1%	40,2%	36,2%
	Individual motorizado	282	386	24	46	738
	%	42,0%	55,5%	34,8%	43,0%	47,8%
Total		671	696	69	107	1543
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

motorizado permite que Tabela 4.28 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica x estado civil

o deslocamento possa ser realizado por mais de uma pessoa, com conforto e com a possibilidade de carregar bagagens. Ao contrário destes, os viúvos optam, em primeiro lugar pelo não motorizado, seguido por individual motorizado. Tal comportamento pode ser justificado pelo fato de que a maioria dos viúvos não possui veículo (71,4%), tem mais de 65 anos (55,5%), e boa parte deles opta por locais de gastronomia próximos à residência (43,2%), conforme revelam as tabelas 4.29 a 4.31. O coletivo é a última para todos os estados civis, sendo mais representativo para os solteiros (20,1%), e menos para os viúvos (10,1%), conforme tabela 4.28.

Posse de veículo	Não		260
		%	71,4%
	Sim		104
		%	28,6%
Total			364
			100,0%

Tabela 4.29 – Atividade gastronômica: Posse de veículos dos viúvos

Faixa etária	15 a 24		7
		%	1,9%
	25 a 44		35
		%	9,6%
	45 a 64		120
		%	33,0%
	65 e +		202
		%	55,5%
Total			364
			100,0%

Tabela 4.30 – Atividade gastronômica: Faixa etária dos viúvos

Atributos localização gastronomia	Proximidade atividade principal	%	
	Proximidade casa		41
		%	43,2%
	Marca/Nome		9
		%	9,5%
	Preço		9
		%	9,5%
	Facilidades		14
		%	14,7%
	Diversidade		22
	%	23,2%	
Total			95
			100,0%

Tabela 4.31 – Atividade gastronômica: Atributos de local de gastronomia dos viúvos

A primeira opção de modo tanto para os que têm filhos quanto para os que não têm é individual motorizado, embora para os primeiros seja mais representativo, 51,7% contra 41,7%, pois o individual motorizado é mais prático nos deslocamentos com crianças. A segunda escolha é pelo individual motorizado também para os dois grupos, seguido por coletivo, que é mais utilizado pelos que não têm filhos, 20,4%

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Modo utilizado gastronomia	Coletivo	%	132 20,4%	117 12,8%	249 15,9%
	Não motorizado	%	245 37,9%	325 35,5%	570 36,5%
	Individual motorizado	%	270 41,7%	474 51,7%	744 47,6%
Total			647 100,0%	916 100,0%	1563 100,0%

contra 12,8% (vide tabela 4.32).

Tabela 4.32 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica x filhos

Não se percebe diferença quanto à preferência pelos modos utilizados entre aqueles que trabalham ou não trabalham em relação à amostra (vide tabela 13 no Anexo I). O mesmo é percebido em relação a homens e mulheres (vide tabela 14 no Anexo I).

Em relação à faixa etária, para as faixas até 65 anos nota-se o mesmo padrão da amostra quanto ao modo utilizado, sendo o primeiro o individual motorizado, seguido por não motorizado e coletivo, como na tabela 4.33. Já para as pessoas com mais de 65 anos, há uma inversão, sendo o mais utilizado o não motorizado seguido pelo individual motorizado e coletivo, reforçando o que foi detectado entre os viúvos, anteriormente. Cabe destacar que a utilização do modo coletivo decai quanto maior a faixa etária, sendo de 22,9% entre os de idade de 15 a 24 anos, e chegando a 8,5% entre aqueles com mais de 65 anos.

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Modo utilizado gastronomia	Coletivo		99	102	40	10	251
		%	22,9%	14,1%	13,2%	8,5%	15,9%
	Não motorizado		160	245	112	58	575
		%	37,0%	34,0%	36,8%	49,2%	36,5%
Individual motorizado		173	374	152	50	749	
	%	40,0%	51,9%	50,0%	42,4%	47,6%	
Total		432	721	304	118	1575	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.33 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica x faixa etária

A maioria dos que possui veículo opta pelo individual motorizado (63,6%), seguido por não motorizado (28,6%) e coletivo (7,8%), dos que não o possuem, 47% optam pelo não motorizado, e entre coletivo e individual motorizado a proporção é quase a mesma, 26,7% e 26,4%, respectivamente (vide tabela 4.34).

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Modo utilizado gastronomia	Coletivo		181	70	251
		%	26,7%	7,8%	15,9%
	Não motorizado		319	256	575
		%	47,0%	28,6%	36,5%
Individual motorizado		179	570	749	
	%	26,4%	63,6%	47,6%	
Total		679	896	1575	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.34 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica x posse de veículo

Relacionando o modo utilizado com renda (vide tabela 4.35), encontra-se que para a classe mais baixa o modo mais utilizado é o não motorizado (42%), justificado pela preferência da mesma classe para escolha do local de atividades gastronômicas por proximidade de casa (34,8%) e proximidade do trabalho (14,2%), como visto na tabela 4.24, o que viabiliza tal modo. Os modos individual motorizado e coletivo apresentam distribuição muito próxima, com 26,5% e 25,8%, respectivamente.

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Modo utilizado gastronomia	Coletivo		34	159	46	12	251
		%	25,8%	21,5%	11,0%	4,2%	15,9%
	Não motorizado		63	286	140	86	575
		%	47,7%	38,7%	33,6%	30,1%	36,5%
Individual motorizado		35	294	231	188	748	
	%	26,5%	39,8%	55,4%	65,7%	47,5%	
Total			132	739	417	286	1574
%			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.35 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade gastronômica x renda

A tabela 4.35 revela que a classe de 3 a 5 SM prefere o modo individual motorizado (39,8%), embora o não motorizado represente um percentual muito próximo (38,7%), seguido pelo coletivo com 21,5%. As classes acima de 5 SM optam por individual motorizado, não motorizado e coletivo, nesta ordem. Esta escolha pode ser explicada por a maioria deste grupo se basear primordialmente na dimensão qualidade para decidir sobre o local de atividades gastronômicas (vide tabela 4.25), ou seja, estas pessoas buscam um serviço de qualidade, onde quer que ele esteja.

Vale ressaltar que a proporção dos que utilizam o modo individual motorizado cresce em razão do aumento da renda, e a dos que utilizam o não motorizado e o coletivo diminui quanto maior for a renda (vide tabela 4.35).

Seguindo para a outra questão levantada aos entrevistados em relação ao modo utilizado, questionou-se sobre os critérios que os leva a escolher determinado modo dentre: tempo de espera, tempo de viagem, preço, segurança, conforto, frequência, acessibilidade e único meio.

Para as atividades de gastronomia, os atributos modais mais considerados são conforto (35,4%), acessibilidade (30,2%) e segurança (11,7%) conforme gráfico 4.9.

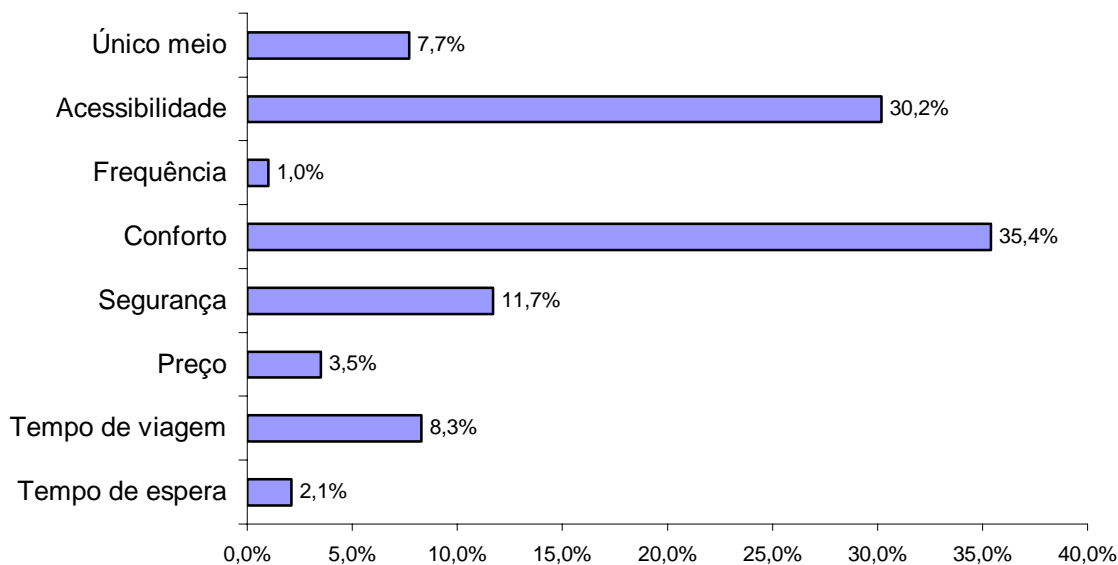


Gráfico 4.4 – Distribuição dos atributos de escolha modal

Ao associar os atributos de escolha modal à frequência percebe-se que dos 46,7% que se envolvem em atividade de gastronomia freqüentemente, 33,1% optam por conforto como o principal critério (vide tabela 4.36), explicando o que foi mencionado anteriormente sobre a preferência pelo modo individual motorizado por estas pessoas, mesmo escolhendo o local de tal atividade pela proximidade da residência. O segundo atributo considerado é acessibilidade (29%) e o terceiro, segurança (11,5%). E, assim como em relação ao modo utilizado (vide tabela 4.27), os que se envolvem em tal atividade raramente apresentam as mesmas preferências daqueles que o fazem freqüentemente.

			Frequencia gastronomia			Total
			diariamente	frequentemente	raramente	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	1 ,8%	25 2,8%	5 2,0%	31 2,4%
	Tempo de viagem	%	7 5,9%	91 10,1%	16 6,3%	114 9,0%
	Preço	%	4 3,4%	30 3,3%	10 3,9%	44 3,5%
	Segurança	%	12 10,1%	103 11,5%	30 11,7%	145 11,4%
	Conforto	%	41 34,5%	297 33,1%	101 39,5%	439 34,5%
	Frequência	%	4 3,4%	5 ,6%	3 1,2%	12 ,9%
	Acessibilidade	%	45 37,8%	260 29,0%	70 27,4%	375 29,5%
	Único meio	%	5 4,2%	86 9,6%	21 8,2%	112 8,8%
	Total		119	897	256	1272
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.36 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha modal x freqüência

Já os que se envolvem diariamente na atividade apresentam um comportamento distinto, eles elegem a acessibilidade (37,8%) como principal critério de escolha (vide tabela 4.36), o que está coerente com a utilização do modo não motorizado (74,1%), como revela a tabela 4.27. Em seguida apontam o conforto (34,5%) e a segurança (10,1%) também como sendo critérios relevantes em suas escolhas.

É interessante notar que tanto para quem opta pelo individual motorizado, quanto quem opta pelo não motorizado elegem o conforto como um atributo decisivo na escolha do modo, o que explicita a relatividade do conceito conforto: para uns poder se deslocar pelo modo não motorizado significa conforto, enquanto para outros, conforto é se deslocar pelo individual motorizado.

Não se percebem diferenças significativas ao se analisar tais preferências separadamente pelas variáveis socioeconômicas, tais como, estado civil, presença de filhos, se o indivíduo trabalha, sexo, faixa etária, posse de veículo e faixa de renda, se mantendo a mesma ordem dos critérios. (vide tabelas 15 a 21 no Anexo I).

Contudo, relacionando os atributos de escolha modal com o modo utilizado e com posse de veículo, algumas variações podem ser constatadas. Dos 47,6% que optam pelo individual motorizado, 72,1% têm veículo (vide tabela 4.37), como era esperado, e

		Modo utilizado gastronomia			Total
		Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Posse de veículo	Não	181	319	179	679
	%	72,1%	55,5%	23,9%	43,1%
	Sim	70	256	570	896
	%	27,9%	44,5%	76,1%	56,9%
Total		251	575	749	1575
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

o

Tabela 4.37 – Atividade gastronômica: Posse de veículo x modo utilizado

primeiro critério de escolha é o conforto do modo, com 45,9%, seguido por acessibilidade (15,4%), e segurança (15%), como na tabela 4.38. Este mesmo grupo elege a diversidade como principal atributo de escolha da localidade (37,6%), e a proximidade de casa representa 22% das preferências (vide tabela 4.39), justificando o percentual que elege acessibilidade na opção pelo modo.

			Modo utilizado gastronomia			Total
			Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	6	1	18	25
			3,2%	,3%	3,4%	2,3%
	Tempo de viagem	%	17	20	66	103
			8,9%	5,6%	12,4%	9,6%
	Preço	%	18	6	14	38
			9,5%	1,7%	2,6%	3,5%
	Segurança	%	13	29	80	122
			6,8%	8,2%	15,0%	11,3%
	Conforto	%	38	89	245	372
			20,0%	25,1%	45,9%	34,5%
Frequência	%	2	4	4	10	
		1,1%	1,1%	,7%	,9%	
Acessibilidade	%	42	190	82	314	
		22,1%	53,6%	15,4%	29,2%	
Único meio	%	54	15	25	94	
		28,4%	4,2%	4,7%	8,7%	
Total	%	190	354	534	1078	
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.38 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha modal x modo utilizado

			Modo utilizado gastronomia			Total
			Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Atributos localização gastronomia	Proximidade atividade principal	%	20	73	22	115
			8,5%	12,5%	3,4%	7,8%
	Proximidade casa	%	40	306	142	488
			17,1%	52,2%	22,0%	33,3%
	Marca/Nome	%	28	37	95	160
			12,0%	6,3%	14,7%	10,9%
	Preço	%	30	42	49	121
			12,8%	7,2%	7,6%	8,3%
	Facilidades	%	37	56	95	188
			15,8%	9,6%	14,7%	12,8%
Diversidade	%	79	72	243	394	
		33,8%	12,3%	37,6%	26,9%	
Total	%	234	586	646	1466	
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.39 – Atividade gastronômica: Atributos de escolha de localidade x modo utilizado

Já para os 36,5% que se deslocam pelo modo não motorizado, a maioria (55,5%) não possui veículo (vide tabela 4.37). A tabela 4.38 revela que a acessibilidade propiciada por este modo é indicada como o principal atributo de escolha (53,6%), em seguida se apresenta o atributo conforto (25,1%), e segurança (8,2%), e a proximidade de casa e

da atividade principal representam juntas 74,7% da preferência no local de escolha da localidade (vide tabela 4.29), o que está plenamente de acordo com a opção de modo e o critério de escolha do modo, a acessibilidade. Vale ressaltar que a proximidade da atividade principal desempenha um papel significativo para os que elegem o modo não motorizado, e é o último dos critérios para os outros dois modos analisados. Tal variação pode ser justificada, como visto anteriormente, pelo fato de que as pessoas que se envolvem em gastronomia diariamente (vide tabela 4.20) optam pela proximidade da atividade principal.

Dos 15,9% que utilizam o modo coletivo, 72,1% não possuem veículo (vide tabela 4.37), o que resulta em 28,4% destas pessoas apontando tal modo como único meio, seguido por acessibilidade (22,1%), e conforto (20%), como demonstra a tabela 4.38. O critério eleito como o mais relevante na opção pelo local é a diversidade (33,8%), o que pode significar que estas pessoas buscam a diversidade que anseiam onde ela estiver, e para isso utilizam o modo coletivo. A proximidade de casa é escolhida por 17,1%, e em seguida facilidades, com 15,8% das preferências (vide tabela 4.39).

Utilizando a classificação criada no capítulo 1, observa-se que a ordem de preferência entre as dimensões se mantém a mesma, independentemente da faixa de renda, conforme demonstra a tabela 4.40. A dimensão qualidade é a mais considerada na escolha pelos modos utilizados em deslocamentos para atividades gastronômicas, contudo, a importância de tal dimensão aumenta à medida que a renda se eleva. A segunda dimensão a influenciar na opção pelo modo utilizado é a espacial, seguida pela temporal. A dimensão econômica é a última a ser mencionada, sendo preterida, inclusive, pelo fator dependência.

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos modais gastronomia	Dimensão Econômica	%	16 6,3%	39 3,9%	8 1,7%	7 2,7%	70 3,5%
	Dimensão Qualidade	%	99 43,2%	462 45,8%	227 48,7%	138 52,2%	936 46,9%
	Dimensão Temporal	%	30 11,9%	112 11,1%	56 12,0%	32 12,2%	230 11,5%
	Dimensão Espacial	%	75 29,8%	305 30,2%	145 31,1%	77 29,1%	602 30,2%
	Dependência	%	22 8,7%	92 9,1%	30 6,4%	10 3,8%	154 7,7%
	Total		252	1010	466	264	1992
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.40 - Atividade gastronômica: Dimensões x Renda

4.4. Atividades sociais

Cabe destacar que, na pesquisa que originou a base de dados utilizada para o presente trabalho, não havia uma definição pré-estabelecida de atividade social, porém entende-se como tal: idas ao teatro, cinema, bares, *shows*, sair à noite, freqüentar clubes, visitar amigos e parentes.

A metodologia utilizada na análise das atividades sociais, assim como nas duas atividades já estudadas, parte da determinação das freqüências de envolvimento em tais atividades (vide figura 4.3), e, com base em análise preliminar, constatou-se que não há diferença significativa de preferências entre pessoas que se envolvem “semanalmente” e “mensalmente” nesta atividade, e da mesma maneira como em gastronomia, estas foram agregadas, formando a categoria “freqüentemente”, e as “diariamente” e “raramente” foram mantidas. Entretanto, para a análise que segue, “diariamente” e “raramente” não foram consideradas por não apresentarem representatividade suficiente, e será abordada somente a freqüência “freqüentemente”.

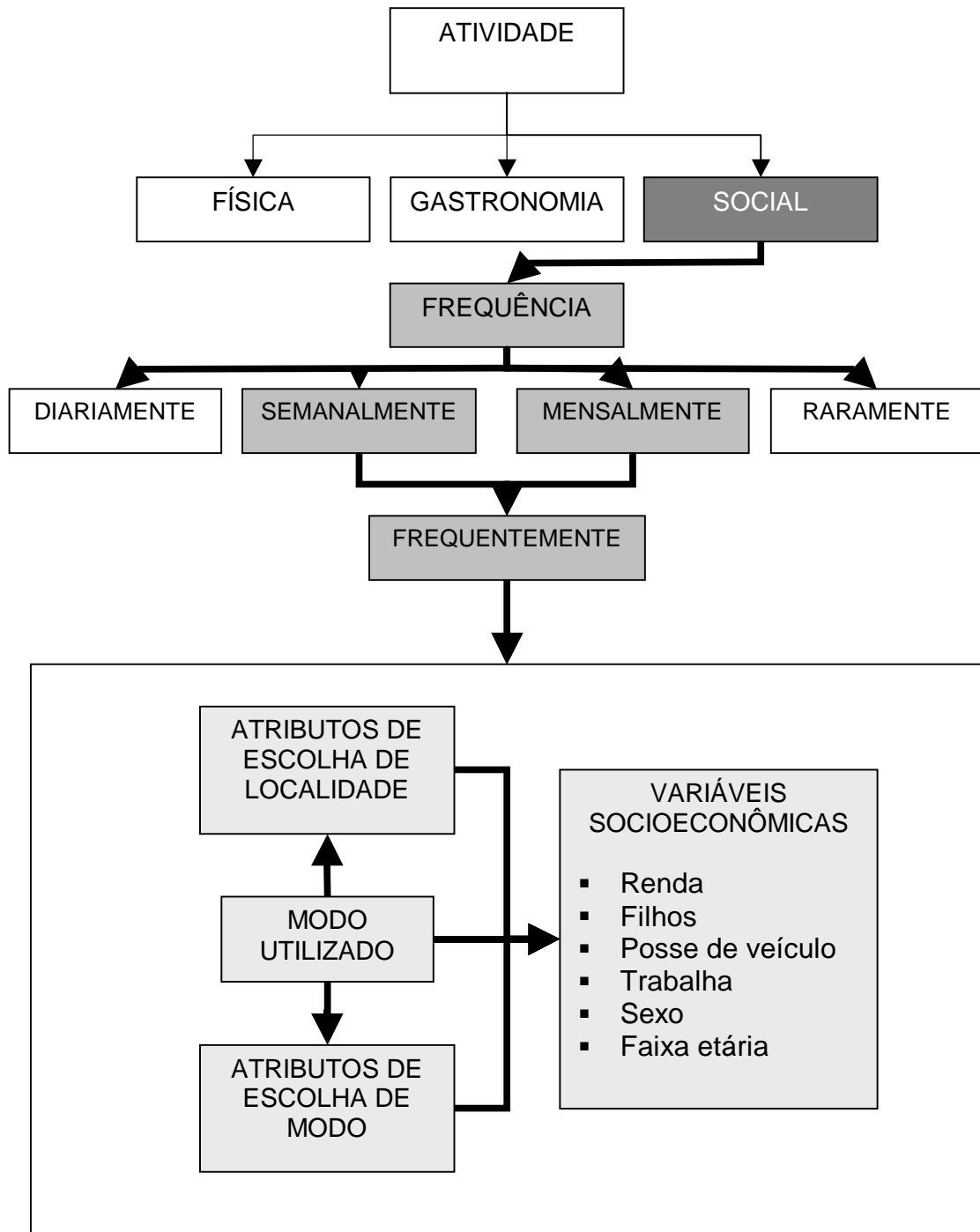


Figura 4.3 – Metodologia para análise de atividade social

4.4.1. Preferências na escolha do local da atividade

Analisando as preferências dos respondentes no tocante aos critérios considerados na escolha do local onde se envolvem em atividades sociais, observa-se que proximidade de casa (37,4%) e diversidade (36,8%) apresentam percentuais bem próximos, sendo os mais apreciados. O atributo facilidades (13,6) também se mostra relevante na decisão, como mostra o gráfico 4.5.

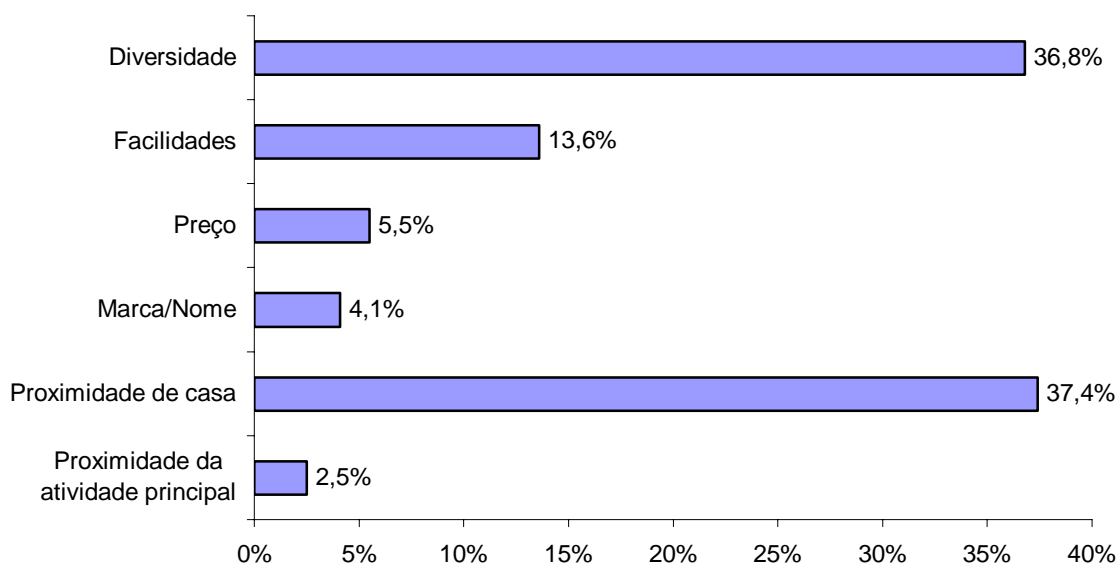


Gráfico 4.5 – Atributos de escolha de localidade

Contudo, ao se associar estas preferências às variáveis socioeconômicas, algumas diferenças são detectadas, embora proximidade de casa e diversidade se alternem como o principal critério, e facilidades permaneça como o terceiro considerado nas escolhas para todas as categorias.

Solteiros, viúvos, pessoas que não têm filhos, que não trabalham, as mulheres, e aqueles com idade superior a 45 anos optam, primeiramente, pelo critério proximidade de casa, seguido por diversidade (vide tabelas 4.41 a 4.45).

Já os separados, pessoas que têm filhos, que trabalham, do sexo masculino, e entre 25 e 44 anos indicam o atributo diversidade como o mais relevante em suas escolhas, seguido por proximidade de casa. Os casados e pessoas entre 15 e 24 consideram igualmente estes dois critérios (vide tabelas 4.41 a 4.45).

			Estado civil				Total
			Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Atributos	Proximidade		24	8		1	33
localização	atividade principal	%	3,4%	1,8%		1,2%	2,6%
atividades	Proximidade casa		264	164	25	25	478
sociais		%	37,9%	36,0%	53,2%	29,8%	37,3%
	Marca/Nome		29	20	1	4	54
		%	4,2%	4,4%	2,1%	4,8%	4,2%
	Preço		42	22	2	4	70
		%	6,0%	4,8%	4,3%	4,8%	5,5%
	Facilidades		82	77	8	8	175
		%	11,8%	16,9%	17,0%	9,5%	13,7%
	Diversidade		255	164	11	42	472
		%	36,6%	36,0%	23,4%	50,0%	36,8%
Total			696	455	47	84	1282
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4,41 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x estado civil

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		22	11	33
localização	atividade principal	%	3,4%	1,7%	2,5%
atividades	Proximidade casa		241	246	487
sociais		%	37,3%	37,7%	37,5%
	Marca/Nome		28	26	54
		%	4,3%	4,0%	4,2%
	Preço		33	38	71
		%	5,1%	5,8%	5,5%
	Facilidades		79	98	177
		%	12,2%	15,0%	13,6%
	Diversidade		243	233	476
		%	37,6%	35,7%	36,7%
Total			646	652	1298
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.42 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x filhos

			Trabalha		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		7	26	33
localização	atividade principal	%	1,5%	3,5%	2,7%
atividades	Proximidade casa		204	263	467
sociais		%	42,4%	35,2%	38,0%
	Marca/Nome		18	30	48
		%	3,7%	4,0%	3,9%
	Preço		30	37	67
		%	6,2%	5,0%	5,5%
	Facilidades		62	98	160
		%	12,9%	13,1%	13,0%
	Diversidade		160	293	453
		%	33,3%	39,2%	36,9%
Total			481	747	1228
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.43 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x trabalha

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Atributos	Proximidade		15	18	33
localização	atividade principal	%	2,3%	2,8%	2,5%
atividades	Proximidade casa		245	242	487
sociais		%	37,0%	37,8%	37,4%
	Marca/Nome		24	30	54
		%	3,6%	4,7%	4,1%
	Preço		40	32	72
		%	6,0%	5,0%	5,5%
	Facilidades		87	90	177
		%	13,1%	14,1%	13,6%
	Diversidade		252	228	480
		%	38,0%	35,6%	36,8%
Total			663	640	1303
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.44 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x sexo

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Atributos	Proximidade		10	19	3	1	33
localização	atividade principal	%	2,3%	3,3%	1,3%	1,6%	2,5%
atividades	Proximidade casa		156	206	94	31	487
sociais		%	36,2%	36,1%	39,5%	48,4%	37,4%
	Marca/Nome		21	22	11		54
		%	4,9%	3,9%	4,6%		4,1%
	Preço		30	26	12	4	72
		%	7,0%	4,6%	5,0%	6,3%	5,5%
	Facilidades		58	78	30	11	177
		%	13,5%	13,7%	12,6%	17,2%	13,6%
	Diversidade		156	219	88	17	480
		%	36,2%	38,4%	37,0%	26,6%	36,8%
Total			431	570	238	64	1303
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.45 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x faixa etária

Em relação às variáveis que expressam o poder aquisitivo, observa-se que aqueles que não possuem veículo consideram, primeiramente, a proximidade de casa, e em seguida diversidade (vide tabela 4.46), bem como os que recebem até 5 SM (vide tabela 5.10), o que pode ser justificado pela questão financeira, visto que para se chegar a um local distante de casa, é necessário utilizar um modo de transporte, que resulta em custos. É interessante notar que o atributo preço é o quarto na escala de importância para estas pessoas.

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		17	16	33
localização	atividade principal	%	3,0%	2,1%	2,5%
atividades	Proximidade casa		225	262	487
sociais		%	40,3%	35,2%	37,4%
	Marca/Nome		22	32	54
		%	3,9%	4,3%	4,1%
	Preço		45	27	72
		%	8,1%	3,6%	5,5%
	Facilidades		84	93	177
		%	15,1%	12,5%	13,6%
	Diversidade		165	315	480
		%	29,6%	42,3%	36,8%
Total			558	745	1303
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.46 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x posse de veículo

Já os que possuem veículos e aqueles com renda superior a 5 SM apontam a diversidade como principal atributo de escolha, seguido pela proximidade de casa,

uma vez que, neste caso, o fator financeiro não tem tanto peso para estas pessoas, comprovado pela posição deste atributo na escala de preferências, sendo o penúltimo para aqueles com renda entre 5 e 8 SM, e o último para os de renda superior a 8 SM.

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos	Proximidade	6	11	8	8	33
localização	atividade principal	4,9%	2,0%	2,1%	3,1%	2,5%
atividades	Proximidade casa	46	217	137	87	487
sociais		37,4%	40,3%	35,8%	33,6%	37,4%
	Marca/Nome	6	12	22	14	54
		4,9%	2,2%	5,7%	5,4%	4,1%
	Preço	11	41	13	7	72
		8,9%	7,6%	3,4%	2,7%	5,5%
	Facilidades	22	77	46	32	177
		17,9%	14,3%	12,0%	12,4%	13,6%
	Diversidade	32	180	157	111	480
		26,0%	33,5%	41,0%	42,9%	36,8%
Total		123	538	383	259	1303
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.47 – Atividade social: Atributos de escolha de localidade x renda

Associando as dimensões estabelecidas no capítulo 1 à renda, nota-se que a dimensão qualidade é a mais relevante para todas as faixas, embora sua importância cresça em função do aumento da renda. A segunda dimensão mais considerada é a espacial, também para todas as classes, onde se observa um decréscimo no percentual conforme a renda se eleva. Já a dimensão econômica é a menos considerada na escolha das localidades onde ocorrem as atividades sociais, e sua relevância é maior à medida que a renda decai, como demonstra a tabela 4.48.

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos	Dimensão	52	228	145	95	520
localização	Espacial	42,3%	42,3%	37,9%	36,7%	39,9%
atividades	Dimensão	60	269	225	157	711
sociais	Qualidade	48,8%	50,1%	58,7%	60,6%	54,6%
	Dimensão	11	41	13	7	72
	Econômica	8,9%	7,6%	3,4%	2,7%	5,5%
Total		123	538	383	259	1303
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.48 – Atividade social: Dimensões x renda

4.4.2. Preferências quanto ao modo de transporte utilizado

Em relação ao modo utilizado pelos entrevistados nos deslocamentos para a realização de atividades sociais, percebe-se que o mais utilizado pe o individual motorizado (42,6%), seguido pelo coletivo (31,5%), e pelo não motorizado (25,9%), como demonstra a tabela 4.49.

Modo utilizado atividades sociais	Coletivo		357
		%	31,5%
	Não motorizado		294
		%	25,9%
Individual motorizado			484
		%	42,6%
Total			1135
		%	100,0%

Tabela 4.49 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social

E assim como na escolha pela localidade, a escolha pelo modo varia bastante de acordo com as características socioeconômicas. Os solteiros apresentam praticamente o mesmo percentual em relação ao coletivo e ao individual motorizado. A maioria dos casados e separados prefere o individual motorizado, provavelmente devido à possibilidade deste modo de transportar várias pessoas com conforto ao mesmo tempo. Contudo, a segunda opção dos separados é o não motorizado e a dos casados, o coletivo. Já os viúvos optam pelo não motorizado, e em seguida o coletivo, o que pode ser explicado pela idade elevada destas pessoas e a possível dificuldade de conduzir um veículo (vide tabela 4.50).

		Estado civil				Total	
		Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)		
Modo utilizado atividades sociais	Coletivo	220	102	11	15	348	
		%	36,1%	25,3%	32,4%	21,4%	31,2%
	Não motorizado	171	90	15	16	292	
		%	28,0%	22,3%	44,1%	22,9%	26,1%
Individual motorizado		219	211	8	39	477	
		%	35,9%	52,4%	23,5%	55,7%	42,7%
Total		610	403	34	70	1117	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4.50 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social x estado civil

Boa parte das pessoas que têm filhos opta pelo individual motorizado (49,1%),

		Filhos		Total	
		Não	Sim		
Modo utilizado atividades sociais	Coletivo	214	142	356	
		%	37,0%	25,7%	31,5%
	Não motorizado	155	139	294	
		%	26,8%	25,2%	26,0%
Individual motorizado		209	271	480	
		%	36,2%	49,1%	42,5%
Total		578	552	1130	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

provavelmente pela flexibilidade e conforto proporcionado por este modo, que facilita o transporte de crianças. O coletivo e o individual motorizado apresentam distribuição muito semelhante (25,7% e 25,2% respectivamente), para esta categoria. Já os que não têm filhos preferem o coletivo (37%), embora o individual motorizado tenha um percentual próximo (36,2%), sendo o não motorizado o menos escolhido por eles, como revela a tabela 4.51.

Tabela 4.51 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social x filhos

A tabela 4.52 revela que aqueles que trabalham optam, em primeiro lugar, pelo individual motorizado (48,4%), possivelmente por encadearem viagens após o período de trabalho, a segunda opção destas pessoas é o coletivo (27,5%). Os que não trabalham preferem o coletivo (36,7%), seguido pelo individual motorizado (34,6%).

		Trabalha		Total
		Não	Sim	
Modo utilizado para atividades sociais	Coletivo	156	184	340
	%	36,7%	27,5%	31,1%
	Não motorizado	122	161	283
	%	28,7%	24,1%	25,9%
	Individual motorizado	147	323	470
	%	34,6%	48,4%	43,0%
Total		425	668	1093
%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.52 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social x trabalha

Entre os sexos não se percebe diferença significativa (vide tabela 22 no Anexo I). Entre as diversas faixas etárias, percebe-se que para as pessoas acima de 25 anos, o modo mais utilizado é o individual motorizado, seguido pelo coletivo, exceto pela faixa de 25 a 44 anos, em que a opção por este modo e o não motorizado se dá na mesma proporção. Para indivíduos entre 15 e 24 anos optam, primeiramente, pelo coletivo (41,1%), seguido pelo individual motorizado (34%), como na tabela 4.53.

		Faixa etária				Total
		15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Modo utilizado para atividades sociais	Coletivo	155	133	54	15	357
	%	41,1%	26,1%	27,1%	30,6%	31,5%
	Não motorizado	94	133	51	16	294
	%	24,9%	26,1%	25,6%	32,7%	25,9%
	Individual motorizado	128	244	94	18	484
	%	34,0%	47,8%	47,2%	36,7%	42,6%
Total		377	510	199	49	1135
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.53 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social x faixa etária

No tocante à posse de veículo, como mostra a tabela 4.54, a segunda opção para as duas categorias é o não motorizado, e, como esperado, a maioria das pessoas que possui veículo tem como primeira opção o individual motorizado, e que não o possui, o

		Posse de veículo		Total
		Não	Sim	
Modo utilizado para atividades sociais	Coletivo	248	109	357
	%	52,2%	16,5%	31,5%
	Não motorizado	150	144	294
	%	31,6%	21,8%	25,9%
	Individual motorizado	77	407	484
	%	16,2%	61,7%	42,6%
Total		475	660	1135
%		100,0%	100,0%	100,0%

coletivo.

Tabela 4.54 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social x posse de veículo

O coletivo é o modo mais utilizado pela maioria das pessoas com renda até 5 SM, seguido pelo coletivo. A maioria dos que recebem acima de 5 SM opta pelo individual motorizado, embora a segunda opção daqueles que têm renda entre 5 e 8 SM seja pelo coletivo, e a dos que recebem mais de 8 SM seja o não motorizado (vide tabela 4.55).

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Modo utilizado para atividades sociais	Coletivo	49	192	78	38	357
	%	53,8%	41,0%	23,0%	16,0%	31,5%
	Não motorizado	27	141	69	57	294
	%	29,7%	30,1%	20,4%	24,1%	25,9%
	Individual motorizado	15	135	192	142	484
	%	16,5%	28,8%	56,6%	59,9%	42,6%
Total		91	468	339	237	1135
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.55 – Modo utilizado em deslocamentos para atividade social x renda

No que se refere aos atributos de escolha modal, observa-se que conforto (31,5%) é o mais considerado, seguido por acessibilidade (22,6%) e único meio e segurança, que

apresentam praticamente o mesmo percentual (11,9% e 11,8% respectivamente), como mostra o gráfico 4.6.

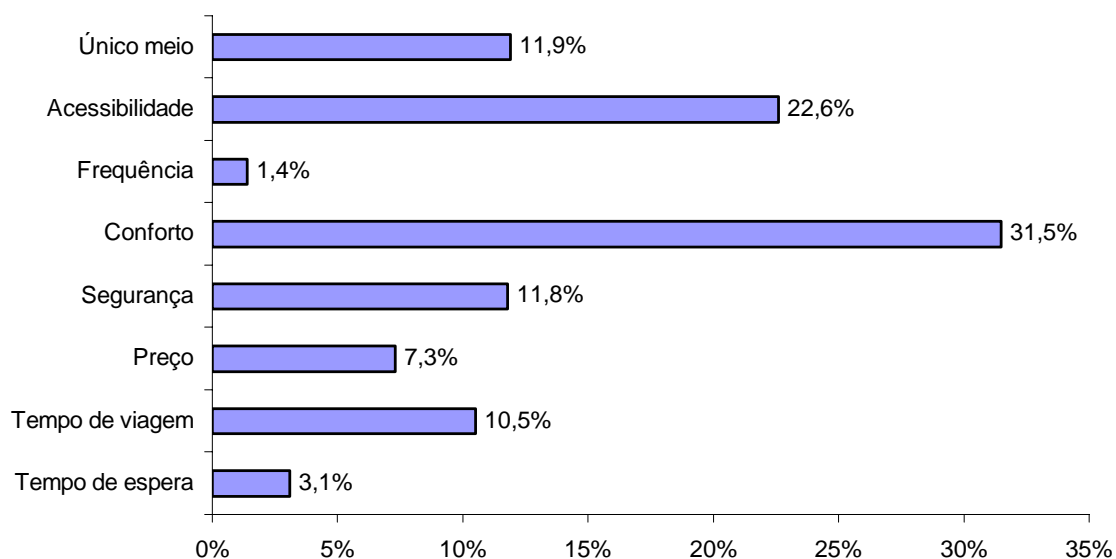


Gráfico 4.6 – Distribuição dos atributos de escolha de localidade

Contudo, essas preferências não são homogêneas, e diferenças podem ser detectadas em algumas variáveis socioeconômicas. Por exemplo, entre solteiros e casados o atributo mais apreciado é o conforto, seguido por acessibilidade, e único meio, que no caso dos solteiros, apresenta o mesmo percentual que segurança (vide tabela 4.56). Os separados também optam, em primeiro lugar, por conforto, porém em segundo elegem segurança, seguido de tempo de viagem. Os viúvos apresentam baixa representatividade, neste caso.

			Estado civil				Total
			Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Atributos modais atividades sociais	Tempo de espera	%	15 3,1%	10 3,3%		1 2,5%	26 3,1%
	Tempo de viagem	%	60 12,5%	21 6,8%		6 15,0%	87 10,4%
	Preço	%	35 7,3%	22 7,2%	1 10,0%	3 7,5%	61 7,3%
	Segurança	%	58 12,1%	34 11,1%		7 17,5%	99 11,8%
	Conforto	%	138 28,8%	107 34,9%	3 30,0%	16 40,0%	264 31,6%
	Frequência	%	8 1,7%	2 ,7%		1 2,5%	11 1,3%
	Acessibilidade	%	107 22,3%	74 24,1%	5 50,0%	4 10,0%	190 22,7%
	Único meio	%	58 12,1%	37 12,1%	1 10,0%	2 5,0%	98 11,7%
	Total		479	307	10	40	836
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.56 – Atividade social: Atributos de escolha modal x estado civil

Entre os que têm filhos ou não, não se detectam variações relevantes, bem como para quem trabalha ou não, e entre os sexos (vide tabela 23 a 25 no Anexo I),.

Para as pessoas de 15 a 64 anos, os principais critérios de escolha do modo são conforto e acessibilidade, nesta ordem. Para os jovens (de 15 a 24 anos), o terceiro critério é único meio, seguido por tempo de viagem, enquanto para aqueles entre 25 e 64 são segurança e único meio. Os indivíduos com mais de 65 anos optam, primeiramente por acessibilidade, justificado pela idade mais elevada, o que pode implicar em comodismo ou até mesmo alguma dificuldade de locomoção. Em seguida elegem conforto, segurança e único meio, como ilustra a tabela 4.57.

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Atributos modais	Tempo de espera	%	9	15	2		26
			2,8%	3,8%	1,7%		3,1%
atividades sociais	Tempo de viagem	%	44	38	6	1	89
			13,8%	9,7%	5,0%	4,3%	10,5%
	Preço	%	26	28	8		62
			8,2%	7,2%	6,7%		7,3%
	Segurança	%	32	51	14	3	100
			10,1%	13,1%	11,8%	13,0%	11,8%
	Conforto	%	87	130	45	6	268
			27,4%	33,3%	37,8%	26,1%	31,5%
	Frequência	%	5	5	1	1	12
			1,6%	1,3%	,8%	4,3%	1,4%
	Acessibilidade	%	67	82	33	10	192
			21,1%	21,0%	27,7%	43,4%	22,6%
	Único meio	%	48	41	10	2	101
			15,1%	10,5%	8,4%	8,7%	11,9%
Total			318	390	119	23	850
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.57 – Atividade social: Atributos de escolha modal x faixa etária

Como era de se esperar, boa parte de quem possui veículo opta pelo modo pelo conforto (39,3%) oferecido por ele, em seguida acessibilidade (19,9%) e segurança (12,8%), observando, ainda, que o tempo de viagem (10,9%) também é relevante na decisão. Já aqueles que não o possuem, valoriza, mais a acessibilidade (26%), seguido por conforto (21,5%) e único meio (17,7%), e o preço também tem importância nesta escolha pelo modo, já que o fato de não ter veículo expressa o baixo poder aquisitivo, o que implica em um peso maior neste atributo (vide tabela 4.58).

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Atributos modais	Tempo de espera	%	9	17	26
			2,4%	3,6%	3,1%
atividades sociais	Tempo de viagem	%	37	52	89
			9,9%	10,9%	10,5%
	Preço	%	39	23	62
			10,5%	4,8%	7,3%
	Segurança	%	39	61	100
			10,5%	12,8%	11,8%
	Conforto	%	80	188	268
			21,5%	39,3%	31,5%
	Frequência	%	5	7	12
			1,3%	1,5%	1,4%
	Acessibilidade	%	97	95	192
			26,0%	19,9%	22,6%
	Único meio	%	66	35	101
			17,7%	7,3%	11,9%
Total			372	478	850
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.58 – Atividade social: Atributos de escolha modal x posse de veículo

A associação dos atributos de escolha modal com a variável renda (vide tabela 4.59) comprova o que foi identificado em relação à posse de veículo, uma vez que as preferências daqueles com renda superior a 5 SM se dá da mesma maneira que o das pessoas que possuem veículo, pois como revela a tabela 4.60, a grande maioria das pessoas desta faixa de renda possui veículo. A mesma tabela revela que a grande maioria de quem não possui veículo está nas faixas até 5 SM, porém, percebe-se que as preferências de quem não possui veículo tendem a assumir o comportamento daqueles com renda entre 3 e 5 SM, já que estão em maior quantidade, o que justifica algumas diferenças para a classe de até 3 SM, principalmente em relação a preço e segurança.

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos modais	Tempo de espera	%	1	10	8	7	26
			1,0%	2,6%	3,6%	4,6%	3,1%
atividades sociais	Tempo de viagem	%	10	39	25	15	89
			10,4%	10,3%	11,3%	9,8%	10,5%
	Preço	%	5	42	10	5	62
			5,2%	11,1%	4,5%	3,3%	7,3%
	Segurança	%	7	42	30	21	100
			7,3%	11,1%	13,6%	13,7%	11,8%
	Conforto	%	26	101	86	55	268
			27,1%	26,6%	38,9%	35,9%	31,5%
	Frequência	%	2	1	5	4	12
			2,1%	,3%	2,3%	2,6%	1,4%
	Acessibilidade	%	28	93	40	31	192
			29,2%	24,5%	18,1%	20,3%	22,6%
	Único meio	%	17	52	17	15	101
			17,7%	13,7%	7,7%	9,8%	11,9%
Total			96	380	221	153	850
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.59 – Atividade social: Atributos de escolha modal x renda

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Posse de veículo	Não	%	123	379	73	14	589
			93,9%	64,1%	18,6%	5,4%	42,9%
	Sim	%	8	212	319	244	783
			6,1%	35,9%	81,4%	94,6%	57,1%
Total			131	591	392	258	1372
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.60 – Atividade social: Posse de veículo x renda

Relacionando a posse de veículo com o modo, percebe-se que o coletivo é o modo mais utilizado por quem não possui veículo (69,5%), e o não motorizado também é bastante utilizado por estas pessoas (51%), e as preferências declaradas por elas na tabela 4.54 podem ser explicadas ao se analisar os atributos de escolha modal separadamente por modo (vide tabela 4.61), quando se observa que a acessibilidade é mais relevante para os que optam pelo individual motorizado, o único meio, para quem utiliza o coletivo, e o conforto é apontado por quem elege os dois modos como segundo atributo mais relevante.

Já o individual motorizado é mais utilizado por quem possui veículo (vide tabela 4.62), embora uma boa parcela destes opte pelo não motorizado (49%), o que converge para

os resultados da tabela 4.58, que demonstra que, para estas pessoas, a ordem de preferência entre os atributos conforto (que é o mais considerado pelo que utilizam o individual motorizado, vide tabela 4.61) acessibilidade (o mais indicado pelos que utilizam o não motorizado, como na tabela 4.61) e segurança.

		Modo utilizado atividades sociais			Total
		Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Atributos modais	Tempo de espera	10	3	11	24
	%	3,4%	1,8%	3,2%	3,0%
atividades sociais	Tempo de viagem	32	5	47	84
	%	10,9%	3,1%	13,7%	10,5%
	Preço	47	3	10	60
	%	16,0%	1,8%	2,9%	7,5%
	Segurança	26	13	60	99
	%	8,8%	8,0%	17,4%	12,4%
	Conforto	49	36	164	249
	%	16,7%	22,1%	47,7%	31,1%
	Frequência	9	1		10
	%	3,1%	,6%		1,2%
	Acessibilidade	49	98	38	185
	%	16,7%	60,1%	11,1%	23,1%
	Único meio	72	4	14	90
	%	24,5%	2,5%	4,1%	11,2%
Total		294	163	344	801
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.61 – Atividade social: Atributos de escolha modal x modo utilizado

		Modo utilizado atividades sociais			Total
		Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Posse de veículo	Não	248	150	77	475
	%	69,5%	51,0%	15,9%	41,9%
	Sim	109	144	407	660
	%	30,5%	49,0%	84,1%	58,1%
Total		357	294	484	1135
%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.62 – Atividade social: Posse de veículo x modo utilizado

Ao se relacionar os atributos de escolha da localidade com o modo, nota-se que tanto para quem opta pelo individual motorizado (49,6%), como que utiliza o coletivo (41%), decidem pelo local da atividade social pela diversidade, seguido pela proximidade de casa (24,9% e 25,4%, respectivamente), o que indica que estas pessoas buscam a diversidade onde ela estiver (vide tabela 4.63). E já para os que elegem o não motorizado, o fator que pesa é a proximidade de casa (65,4%), pois distâncias longas

raramente são percorridas por este modo, e em seguida a diversidade (15,1%). Facilidades é o terceiro atributo para todos modos.

		Modo utilizado atividades sociais			Total
		Coletivo	Não motorizado	Individual motorizado	
Atributos	Proximidade	14	10	6	30
localização	atividade principal	4,6%	3,1%	1,3%	2,8%
atividades sociais	Proximidade casa	78	212	112	402
	%	25,4%	65,4%	24,9%	37,2%
	Marca/Nome	14	6	27	47
	%	4,6%	1,9%	6,0%	4,3%
	Preço	25	21	19	65
	%	8,1%	6,5%	4,2%	6,0%
	Facilidades	50	26	63	139
	%	16,3%	8,0%	14,0%	12,9%
	Diversidade	126	49	223	398
	%	41,0%	15,1%	49,6%	36,8%
Total		307	324	450	1081
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.63 – Atividade social: Atributos de localidade x modo utilizado

Resgatando novamente as dimensões criadas para o presente trabalho, observa-se que a dimensão qualidade é a mais relevante para todas as faixas de renda, seguida pela dimensão espacial, também para todas as classes, como mostra a tabela 4.64. É interessante notar que, para esta atividade, o fator dependência tem papel significativo para as faixas de até 5 SM, ao passo que para quem tem renda acima de 5 SM, a dimensão temporal que ocupa a terceira posição nas preferências.

		Faixa de renda				Total
		até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos	Dimensão	13	50	38	26	127
modais	Temporal	13,5%	13,2%	17,2%	17,0%	15,0%
atividades sociais	Dimensão	5	42	10	5	62
	Econômica	5,2%	11,1%	4,5%	3,3%	7,3%
	Dimensão	33	143	116	76	368
	Qualidade	34,4%	37,7%	52,5%	49,6%	43,3%
	Dimensão	28	93	40	31	192
	Espacial	29,2%	24,5%	18,1%	20,3%	22,6%
	Dependência	17	52	17	15	101
	%	17,7%	13,7%	7,7%	9,8%	11,9%
Total		96	380	221	153	850
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4.64 – Atividade social: Dimensões x renda

4.5. Considerações finais sobre atividades de lazer

No tocante às determinantes de escolha do local da atividade, analisando com base nas dimensões criadas, e relacionadas às características socioeconômicas, percebe-se que as preferências se mostram homogêneas, ou seja, não há diferença entre as diferentes variáveis consideradas, que se mantém nessa ordem: dimensão espacial, seguida pela qualidade e econômica, como revela a tabela 4.65.

Ao relacionar essas dimensões ao modo utilizado nos deslocamentos, observa-se que aqueles que optam pelo não motorizado e pelo individual motorizado baseiam sua escolha na dimensão espacial, seguida pela qualidade e pela econômica. Já os que utilizam o modo coletivo, optam pela localidade em função de sua qualidade seguida, pelo aspecto espacial e, por último, pelo econômico (vide tabela 4.66).

Em relação ao modo, observa-se que o não motorizado é o mais utilizado nos deslocamentos para atividades físicas, seguido pelo individual motorizado e coletivo. E, apesar de o não motorizado se manter para todas as variáveis analisadas, o coletivo é o segundo mais apontado por solteiros e viúvos, pessoas sem filhos, que não trabalham, que têm entre 15 e 24 anos, e com renda até 5 SM, o que pode ser justificada pelo fato destas pessoas não possuírem veículo.

ATIVIDADES FÍSICAS		Estado Civil				Filhos		Trabalha		Sexo		Faixa Etária				Posse		Renda		
		Solteiro	Casado	Viúvo	Separado	Não	Sim	Não	Sim	Masculino	Feminino	15 a 24 anos	25 a 44 anos	45 a 64 anos	Acima 65 anos	Não	Sim	até 5 SM	5 a 8 SM	Acima 8 SM
Atributos de Escolha Local	Dimensão Espacial	69%	58%	65%	65%	69%	60%	63%	66%	63%	67%	68%	63%	64%	61%	63%	66%	65%	62%	70%
	Dimensão Qualidade	21%	30%	20%	26%	21%	28%	26%	23%	25%	23%	20%	26%	28%	26%	24%	24%	22%	26%	24%
	Dimensão Econômica	11%	12%	15%	9%	10%	12%	11%	11%	12%	10%	12%	11%	8%	13%	13%	10%	13%	12%	6%
Atributos de Escolha Modal	Dimensão Temporal	6%	12%	0%	14%	6%	11%	9%	8%	9%	8%	7%	8%	12%	20%	8%	8%	8%	9%	8%
	Dimensão Econômica	5%	8%	20%	0%	5%	7%	6%	6%	5%	7%	6%	6%	9%	0%	8%	4%	7%	5%	3%
	Dimensão Qualidade	17%	17%	0%	36%	15%	20%	12%	22%	18%	17%	14%	22%	18%	0%	7%	27%	13%	25%	23%
	Dimensão Espacial	66%	56%	80%	50%	66%	58%	68%	57%	60%	65%	68%	57%	59%	80%	69%	56%	66%	54%	63%
	Dependência	6%	8%	0%	0%	8%	5%	6%	6%	8%	4%	7%	7%	3%	0%	8%	5%	6%	8%	5%
Legenda		X	Primeiro				X	Segundo				X	Terceiro			X	Quarto em diante			

Tabela 4.65 – Atividade física: Dimensões x Características socioeconômicas

ATIVIDADE FÍSICA		Modo Utilizado		
		Coletivo	Não Motorizado	Individual motorizado
Atributos de Escolha Local	Dimensão Espacial	33%	78%	52%
	Dimensão Qualidade	50%	14%	40%
	Dimensão Econômica	17%	9%	8%
Atributos de Escolha Modal	Dimensão Temporal	14%	5%	20%
	Dimensão Econômica	24%	3%	2%
	Dimensão Qualidade	16%	7%	50%
	Dimensão Espacial	19%	83%	26%
	Dependência	27%	3%	2%

Legenda	X	Primeiro
	X	Segundo
	X	Terceiro
	X	Quarto em diante

Tabela 4.66 – Atividade física: Dimensões x modo utilizado

A **dimensão espacial** é a mais indicada, em relação ao modo escolhido, seguido por **qualidade**, para todas as variáveis socioeconômicas, e os demais apresentam baixa representatividade na análise geral (vide tabela 4.65). Porém, variações sensíveis são notadas ao se relacionar tais dimensões ao modo utilizado: os que optam pelo individual motorizado o fazem baseado na dimensão qualidade (50%), seguido pela espacial (26%), e para estes, a terceira dimensão aparece com boa representatividade (20%), a temporal (vide tabela 4.66). Já os que utilizam o coletivo, o fazem, primeiramente, pela dependência relacionada a este modo (27%), em seguida a dimensão econômica é relevante (24%), seguida pela espacial (19%). As pessoas que utilizam o modo não motorizado apresentam as mesmas preferências da análise geral.

Para as atividades gastronômicas, a dimensão mais indicada na escolha do local da atividade é a **qualidade** para todos, exceto para separados, pessoas que não possuem veículo e com renda até 3 SM, que consideram, primeiramente, a dimensão **espacial**, seguida pela qualidade. O aspecto econômico é o menos relevante para todas as categorias (vide tabela 4.67).

ATIVIDADES GASTRONÔMICAS		Estado Civil				Filhos		Trabalha		Sexo		Faixa Etária				Posse		Renda			
		Solteiro	Casado	Viúvo	Separado	Não	Sim	Não	Sim	Masculino	Feminino	15 a 24 anos	25 a 44 anos	45 a 64 anos	Acima 65 anos	Não	Sim	Até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	Acima 8 SM
Atributos de Escolha Local	Dimensão Espacial	45%	39%	43%	50%	43%	42%	43%	43%	43%	42%	43%	42%	40%	43%	45%	40%	49%	43%	41%	40%
	Dimensão Qualidade	48%	52%	47%	45%	50%	50%	49%	50%	50%	48%	50%	54%	44%	44%	54%	38%	48%	53%	55%	
	Dimensão Econômica	8%	9%	10%	6%	8%	9%	8%	8%	8%	9%	9%	8%	6%	13%	11%	7%	14%	10%	7%	5%
Atributos de Escolha Modal	Dimensão Temporal	12%	12%	8%	10%	11%	12%	11%	11%	11%	12%	13%	13%	9%	6%	10%	13%	12%	11%	12%	12%
	Dimensão Econômica	3%	4%	3%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	3%	6%	4%	2%	3%
	Dimensão Qualidade	46%	48%	46%	50%	46%	48%	47%	47%	49%	46%	44%	47%	48%	53%	45%	50%	43%	46%	49%	52%
	Dimensão Espacial	31%	29%	34%	27%	31%	29%	29%	31%	29%	31%	32%	28%	32%	30%	32%	29%	30%	30%	31%	29%
	Dependência	7%	8%	9%	9%	8%	8%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	8%	10%	6%	9%	9%	6%	4%
Legenda		X	Primeiro			X	Segundo			X	Terceiro			X	Quarto em diante						

Tabela 4.67 – Atividade gastronômica: Dimensões x Características socioeconômicas

O modo mais utilizado pelos entrevistados é o individual motorizado, à exceção dos consumidores diários, viúvos, pessoas com mais de 65 anos, que não possuem veículo e com renda até 3 SM (que optam pelo não motorizado, o segundo modo para todos, à exceção dos que não possuem veículo, que se deslocam pelo modo coletivo).

Quanto aos atributos de escolha modal, a preferência é pela dimensão **qualidade**, seguida **espacial** e **temporal** para todas as variáveis socioeconômicas (vide tabela 4.67). Diferenças significativas são percebidas ao se analisar estas preferências separadamente por modo utilizado: os que utilizam o coletivo apontam a dependência como principal aspecto de escolha, seguida pelo aspecto qualidade e pelo espacial. Os que optam pelo modo não motorizado elegem a dimensão espacial em primeiro lugar, em seguida qualidade. Aqueles que optam pelo individual motorizado consideram primeiramente a qualidade proporcionada pelo modo, seguida pela dimensão temporal e pela espacial (vide tabela 4.68).

ATIVIDADE GASTRONÔMICA		Modo Utilizado		
		Coletivo	Não Motorizado	Individual motorizado
Atributos de Escolha Local	Dimensão Espacial	26%	65%	25%
	Dimensão Qualidade	62%	28%	67%
	Dimensão Econômica	13%	7%	8%
Atributos de Escolha Modal	Dimensão Temporal	13%	7%	17%
	Dimensão Econômica	10%	2%	3%
	Dimensão Qualidade	27%	33%	61%
	Dimensão Espacial	22%	54%	15%
	Dependência	28%	4%	5%

Legenda	X	Primeiro
	X	Segundo
	X	Terceiro
	X	Quarto em diante

Tabela 4.68 – Atividade gastronômica: Dimensões x modo utilizado

Enfim, para as atividades sociais, no tocante aos critérios de escolha da localidade, observa-se que a dimensão **qualidade** é a mais relevante para todos, seguida pela **espacial**, à exceção dos viúvos e pessoas com mais de 65 anos que optam pela dimensão espacial, provavelmente devido à possível dificuldade de locomoção e comodidade apreciada por essas pessoas, seguida da qualidade (vide tabela 4.70).

Detecta-se que pessoas que utilizam os modos coletivo e individual motorizado optam pela **qualidade** do local em que a atividade ocorre, seguida pela dimensão **espacial**. Já os que utilizam o modo não motorizado apresentam preferências contrárias, considerando mais esta dimensão (vide tabela 4.69).

Tabela 4.69 – Atividade social: Dimensões x modo utilizado

ATIVIDADE SOCIAL		Modo Utilizado		
		Coletivo	Não Motorizado	Individual motorizado
Atributos de Escolha Local	Dimensão Espacial	30%	69%	26%
	Dimensão Qualidade	62%	25%	70%
	Dimensão Econômica	8%	7%	4%
Atributos de Escolha Modal	Dimensão Temporal	17%	6%	17%
	Dimensão Econômica	16%	2%	3%
	Dimensão Qualidade	26%	30%	65%
	Dimensão Espacial	17%	60%	11%
	Dependência	25%	3%	4%

Legenda	X	Primeiro
	X	Segundo
	X	Terceiro
	X	Quarto em diante

Em relação ao modo utilizado, percebe-se que não há homogeneidade nas escolhas, que variam de acordo com as características socioeconômicas, entretanto o **individual motorizado** é o mais utilizado, seguido pelo coletivo nos deslocamentos para atividades sociais. Este último é o modo mais utilizado por solteiros, sem filhos, que não trabalham, com idade entre 15 e 24 anos, (que optam pelo individual motorizado como segundo

modo), que não possuem veículo e de renda até 5 SM (que utilizam o coletivo como segundo modo).

Já o individual motorizado é a primeira opção para os casados, separados, com filhos, que trabalham, que têm acima de 25 anos, que possuem veículo e recebem mais de 5 SM. O modo não motorizado é o mais utilizado apenas por viúvos, seguido do coletivo. Destes, o não motorizado é o segundo modo para separados, pessoas que possuem veículo, e com renda acima de 8 SM, enquanto para os demais é o coletivo.

Quanto à escolha do modo, sensíveis variações são observadas: quem utiliza os modos coletivo e individual motorizado optam primeiramente pela qualidade do mesmo, embora a segunda dimensão para os primeiros seja a dependência pelo modo, e a dos últimos seja a temporal. Aqueles que optam pelo modo não motorizado o escolhem baseados na dimensão espacial seguida da qualidade.

No que se refere aos atributos de escolha modal, a dimensão **qualidade** é apontada por todas as categorias como a principal dimensão considerada, seguida pela **espacial**, exceto para viúvos e pessoas que não possuem veículo, que apresentam preferência inversa.

ATIVIDADES SOCIAIS		Estado Civil				Filhos		Trabalha		Sexo		Faixa Etária				Posse		Renda			
		Solteiro	Casado	Viuvo	Separado	Não	Sim	Não	Sim	Masculino	Feminino	15 a 24 anos	25 a 44 anos	45 a 64 anos	Acima 65 anos	Não	Sim	Até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	Acima 8 SM
Atributos de Escolha Local	Dimensão Espacial	41%	38%	54%	31%	41%	39%	44%	39%	39%	41%	39%	39%	41%	50%	43%	37%	42%	42%	38%	37%
	Dimensão Qualidade	53%	57%	42%	64%	54%	55%	50%	56%	55%	54%	55%	56%	54%	44%	49%	59%	49%	50%	59%	61%
	Dimensão Econômica	6%	5%	4%	5%	5%	6%	6%	5%	6%	5%	7%	5%	5%	6%	8%	4%	9%	8%	3%	3%
Atributos de Escolha Modal	Dimensão Temporal	17%	11%	0%	20%	17%	12%	12%	17%	15%	15%	18%	15%	8%	9%	14%	16%	14%	13%	17%	17%
	Dimensão Econômica	7%	7%	10%	8%	7%	7%	9%	6%	7%	7%	8%	7%	7%	0%	11%	5%	5%	11%	5%	3%
	Dimensão Qualidade	41%	46%	30%	58%	42%	45%	42%	45%	44%	42%	38%	46%	50%	39%	32%	52%	34%	38%	53%	50%
	Dimensão Espacial	22%	24%	50%	10%	20%	26%	27%	20%	21%	24%	21%	21%	28%	43%	26%	20%	29%	25%	18%	20%
	Dependência	12%	12%	10%	5%	14%	10%	11%	13%	12%	11%	15%	11%	8%	9%	18%	7%	18%	14%	8%	10%
Legenda		X	Primeiro				X	Segundo				X	Terceiro				X	Quarto em diante			

Tabela 4.70 – Atividade social: Dimensões x Características socioeconômicas

CAPÍTULO 5: CONCLUSÕES

3. Conclusões

Este capítulo apresenta um resumo dos resultados encontrados nas análises das preferências em relação ao local e ao modo de cada atividade pesquisada, bem como

uma comparação entre elas. Ao final algumas recomendações de estudos futuros são sugeridas.

3.1. Conclusões

O presente trabalho teve como objetivo identificar quem são pessoas que participam de atividades de lazer, as suas preferências em relação à localidade onde se envolvem em tais atividades, o modo que utilizam nestes deslocamentos, bem como os atributos de escolha modal, assumindo a hipótese de que tais preferências variam de acordo com características socioeconômicas.

Para tanto, constatou-se, primeiramente, que o deslocamento urbano é derivado da necessidade de as pessoas se envolverem em atividades econômicas que se encontram distribuídas espacialmente pela localidade, e o transporte representa o serviço que permite o acesso das pessoas a tais atividades e as interliga. Como serviço derivado da demanda pelas diversas atividades econômicas, o transporte não deve ser tratado separadamente, mas sim atrelado a elas.

Detectou-se que o lazer vem adquirindo um peso crescente não só no que diz respeito ao tempo dedicado a ele, como também no aspecto econômico. A tendência de diminuição da carga horária semanal de trabalho, aliada ao aumento da expectativa de vida, e à nova estrutura familiar, com menos filhos, resultam em mais tempo para se dedicar ao lazer, considerada uma atividade discricionária, de natureza supérflua, diferentemente das atividades de subsistência e manutenção, que apresentam natureza compulsória. No campo econômico, o lazer desempenha um papel significativo no Brasil, ocupando a terceira posição no ranking de salários pagos, a segunda em termos de funcionários empregados, e a primeira em número de empresas, confirmando a relevância da atividade de lazer.

Verificou-se que, no que se refere aos estudos de deslocamentos realizados especificamente para o propósito de lazer, há uma lacuna, já que a maioria dos trabalhos se concentra nos deslocamentos compulsórios (atividades de subsistência) ou em *commuter trips*. E ainda, identificou-se a necessidade de se desdobrar a atividade de lazer, visto que, dada a abrangência do conceito de lazer e das diferentes atividades que o compõem, generalizações poderiam simplificar sua diversidade.

O conceito de produto-serviço ampliado defende o gerenciamento articulado e integrado da oferta de serviço de transporte e das atividades centrais dos empreendimentos (compras, negócios, estudos e lazer). Assim, criar-se-ia um sistema de transporte próprio às redes de negócio, que, interligando os agentes que participam da produção de transportes e de atividades urbanas, promoveria a revitalização das comunidades locais, resultando em vantagem competitiva.

Contudo, para que isto se torne possível, e seja ofertado um serviço de transporte adequado às expectativas dos cidadãos-clientes faz-se necessário, primeiramente, entender o perfil daqueles que se engajam em cada atividade, como se dá a opção dos locais onde tais atividades ocorrem, bem como o modo utilizado e suas razões de escolha.

Atividades Físicas

Quanto ao perfil, constatou-se que as pessoas dos que praticam atividades físicas regularmente apresentam um estilo de vida mais independente, retratado pela alta incidência de solteiros e sem filhos, são jovens, e de poder aquisitivo elevado, como era de se esperar, devido à natureza discricionária desta atividade. Notou-se ainda que a prática de tais atividades está diretamente ligada à renda, e quanto mais baixa a renda, maior a exclusão.

No que se refere às preferências em relação à escolha da localidade onde se praticam atividades físicas, resgatando as dimensões criadas para efeito deste estudo, detecta-se que para todas as variáveis socioeconômicas a dimensão **espacial** é a decisiva, sendo esta também a dimensão mais relevante na opção pelo modo.

A maioria de utilização do modo **não motorizado** por todos os entrevistados, independentemente das diferenças socioeconômicas, corrobora as escolhas anteriores, o que prova coerência, uma vez que as pessoas optam por locais próximos à residência ou à atividade principal, o que possibilita o uso do modo não motorizado em tais deslocamentos, que oferece a acessibilidade desejada por eles.

O segundo modo mais utilizado varia em função de algumas variáveis, e é o individual motorizado para pessoas que trabalham, que têm algum nível de dependência familiar (casados, separados e com filhos), com mais de 25 anos e com maior poder aquisitivo. Já para pessoas mais independentes, que não trabalham, que tenha menos de 25 anos e com poder aquisitivo menor, o segundo mais utilizado é o coletivo.

Constatou-se ainda que a segunda dimensão mais considerada para esta atividade, tanto para a escolha do local quanto do modo, é a **qualidade**, revelando a percepção das pessoas de que o modo não motorizado é encarado como qualidade, o que converge para o conceito proposto pelo Grupo Móvel, o qual sugere a formação de uma rede local de consumo, incentivando o comércio local e revitalizando a comunidade.

Vale ressaltar que a dimensão econômica é a menos considerada para a maioria das variáveis socioeconômicas, tanto na escolha do local quanto na do modo, diferentemente do que se percebe nos deslocamentos compulsórios a trabalho, onde esta é a principal dimensão.

Apesar de haver diferenças socioeconômicas no perfil daqueles que praticam atividades físicas regularmente, em relação à amostra estudada, e na escolha do segundo modo mais utilizado, nota-se que em relação às atividades físicas, não se comprova a hipótese inicial de que as variáveis socioeconômicas influenciam nas escolhas em relação ao local e ao modo escolhido pelos indivíduos, se apresentando de forma homogênea para todas as variáveis, ao se considerar as dimensões.

Entretanto, detecta-se que o fator renda interfere sim, e diretamente, na inclusão das pessoas em atividades físicas, como visto no capítulo 3, já que apenas 3,3% das pessoas de renda até 3 SM praticam regularmente desta atividade, contra 25% de envolvimento para pessoas de renda superior a 8 SM. Assim, as variáveis socioeconômicas não alteram as preferências das pessoas em relação ao local ou ao modo, mas sim condicionam a sua participação ou não.

Atividades Gastronômicas

Em relação ao perfil dos que se envolvem diariamente em atividades gastronômicas, percebe-se que a parcela de separados é significativamente mais elevada em relação à amostra, bem como a dos que trabalham, e que, diferentemente da população estudada, os homens são a maioria. Nota-se ainda um poder aquisitivo maior destas pessoas.

As principais diferenças entre os que se envolvem freqüentemente em tais atividades e a amostra se revelam por um percentual menor dos que têm filhos, embora permaneçam a maioria, o que confirma o fato de que filhos representam restrição de tempo e de dinheiro em relação ao envolvimento em atividades discricionárias. Essas

peças pertencem a classes sociais mais elevadas, o que pode ser confirmado pelo alto percentual de posse de veículo e pela maior concentração nas duas faixas mais altas de renda.

Constatou-se que o principal fator que interfere na inclusão ou exclusão de pessoas nesta atividade é a renda, o que pode ser confirmado pelo fato de que apenas 9,1% das pessoas com renda até 3 SM se envolvem diária ou freqüentemente nesta atividade, contra 57,4% daqueles com renda acima de 8 SM.

No tocante às dimensões mais consideradas na escolha do local onde estas atividades ocorrem e do modo utilizado, a **qualidade** é a mais relevante para a maioria das pessoas, seguida pela **espacial**, ambas com alta representatividade.

Entretanto, esta homogeneidade não se revela na opção pelo modo, já que as pessoas que utilizam os modos coletivo e individual motorizado escolhem a localidade em função de sua qualidade seguida da dimensão espacial, e os que utilizam o modo não motorizado apresentam preferências opostas.

As dimensões consideradas na escolha do modo também não são uniformes, sendo para o coletivo a dependência, dimensão qualidade seguida da espacial; para o modo não motorizado a espacial, qualidade e a temporal; e para o individual motorizado qualidade, a dimensão temporal e a espacial.

A dimensão econômica é a menos considerada tanto na escolha do local quanto na do modo, o que confirma a natureza supérflua da atividade.

O modo mais utilizado nestes deslocamentos é o **individual motorizado**, o que está plenamente de acordo com a preferência pela dimensão qualidade tanto na escolha da localidade quanto na do modo, uma vez que a pessoa busca, primeiramente, qualidade ao se envolver nesta atividade, onde quer que ela se encontre, e para acessá-la opta pelo modo que também lhe confere maior qualidade em deslocamentos de distâncias mais longas, que não sejam próximos à residência ou ao local de trabalho.

Ainda em relação ao modo utilizado percebe-se que os consumidores diários desta atividade, bem como os viúvos, aqueles com mais de 65 anos, que não possuem

veículo é têm renda inferior a 3 SM optam, primeiramente, pelo modo individual motorizado.

Com isso, constata-se que para as atividades gastronômicas a hipótese levantada para o efeito deste estudo não se confirma para as preferências em relação aos atributos de escolha de local e de modo utilizado nestes deslocamentos, ou seja, a partir do momento em que o indivíduo participa dessa atividade, ele não apresenta diferença nas escolhas, porém, a maioria das pessoas da classe até 3 SM (72,4%), por exemplo, nem sequer se envolve em atividades gastronômicas, e a maioria das pessoas (52,3%) fica excluída de tal atividade.

A hipótese de variação de preferências em função das variáveis socioeconômicas se confirma para a escolha do modo propriamente dito.

Atividades Sociais

Quanto ao perfil dos que se envolvem em atividades sociais freqüentemente, detecta-se que, diferentemente da amostra, a maioria é solteira, não tem filhos, é do sexo masculino, possui veículo, e apresenta uma grande concentração nas faixas de renda acima de 5 SM, o que revela um estilo de vida mais independente por parte destas pessoas, além de uma situação financeira melhor do que à da população estudada.

Observou-se que a renda está diretamente relacionada à freqüência com que as pessoas se envolvem nesta atividade já que somente 10,6% das pessoas com renda até 3 SM se envolvem diária ou freqüentemente, contra 51,9% daqueles com renda acima de 8 SM. E ainda, 69,2% dos entrevistados da classe mais baixa declaram não se envolver em tal atividade, contra 28,6% da classe mais elevada.

No que tange às razões de escolha pela localidade onde estas atividades ocorrem, e pelo modo utilizados nos deslocamentos, a dimensão **qualidade** é a mais relevante para a maioria das pessoas, seguida da **espacial**, ambas com representatividade significativa. A dimensão econômica é a menos considerada tanto em relação aos critérios de escolha da localidade como do modo.

Em relação ao modo utilizado associado às dimensões, observou-se que, em relação aos atributos de escolha de local, aqueles que optam pelo coletivo e individual

motorizado consideram as mesmas dimensões: **qualidade** e **espacial**, nesta ordem. Os que utilizam o não motorizado revelam comportamento inverso.

Já no que se refere às dimensões dos atributos de escolha modal, a qualidade também é a primeira para os que se deslocam pelo modo coletivo ou o individual motorizado. Porém, para os últimos a dimensão temporal é a segunda mais relevante, e para os primeiros é a dependência do modo.

Para aqueles que optam pelo modo não motorizado, a dimensão espacial é a mais significativa seguida pela qualidade.

Tanto em relação ao local quanto ao modo, a dimensão econômica é a menos considerada.

O modo individual motorizado é o mais utilizado em tais deslocamentos, sendo o preferido para casados, separados, com filhos, que trabalham, que têm acima de 25 anos, que possuem veículo e recebem mais de 5 SM, enquanto o modo coletivo, o segundo no ranking, é mais utilizado por solteiros, sem filhos, que não trabalham, com idade entre 15 e 24 anos, que não possuem veículo e de renda até 5 SM.

Percebe-se que as pessoas que optam pelo modo coletivo podem ser consideradas mais independentes (solteiros e sem filhos), e com renda mais baixa, o que pode justificar esta escolha. Já aqueles que optam pelo individual motorizado são pessoas com cônjuges e/ou filhos, o que pode significar transportar mais de uma pessoa por deslocamento, e tal modo facilita este aspecto, e ainda indivíduos com renda mais elevada o que pode viabilizar este modo.

Constata-se que para as atividades sociais a hipótese criada no princípio deste estudo se confirma, já que as variáveis socioeconômicas influenciam em muitas escolhas em relação ao modo e à localidade destas atividades.

Comparação entre as atividades

Algumas semelhanças podem ser constatadas entre as três atividades de lazer abordadas neste estudo. No que se refere ao perfil, observa-se maioria de pessoas que possui veículo e grande concentração de indivíduos com renda superior a 5 SM, o

que comprova que o maior envolvimento em tais atividades está relacionado a um maior poder aquisitivo.

Assim, constata-se que as pessoas menos favorecidas se envolvem menos em atividades de lazer, por não ter condições financeiras de arcar com os custos do envolvimento em tais atividades, já que muitas delas são pagas. Para que tais pessoas tivessem acesso a atividades de lazer, seria necessário que fossem oferecidas opções gratuitas de entretenimento próximas às suas residências, pois muitas vezes o custo de transporte pode ser o fator restritivo, visto que as despesas com transportes são a terceira maior no orçamento doméstico.

Dada a natureza supérflua das atividades de lazer e ao envolvimento por pessoas com elevado poder aquisitivo, constata-se que a dimensão econômica é a menos considerada na escolha do local, e do modo utilizado para a maioria das pessoas, em cada uma das atividades tratadas neste trabalho.

A dimensão espacial é a mais considerada tanto para o local quanto para o modo nas atividades físicas, o que pode ser justificado pela natureza da atividade. Já para as atividades gastronômicas e sociais, a dimensão qualidade é a mais considerada para a maioria das pessoas, seguida pela espacial, que também desempenha um papel relevante nestas escolhas.

Resgatando o conceito sustentado pelo Grupo Móvel de revitalização da comunidade local por meio da fidelização da população ao comércio da localidade e da oferta de um serviço de transporte que interligue as atividades econômicas locais, percebe-se que as preferências dos cidadãos-clientes corroboram tal conceito, uma vez que estes priorizam os aspectos espacial e qualidade.

O aspecto espacial confirma a necessidade de se priorizar o consumo no comércio local o que gera qualidade, uma vez que pode diminuir os deslocamentos motorizados o que resulta em qualidade de vida já que menos tempo será gasto nos deslocamentos e os meios não motorizados propiciam maior qualidade ambiental, que também se reflete em qualidade de vida.

Grandes diferenças podem ser percebidas em relação ao modo utilizado nos deslocamentos para as diferentes atividades de lazer. Para as atividades físicas, o modo mais utilizado por todos os entrevistados é o não motorizado, em função da

preferência das pessoas que praticam tal atividade pela dimensão espacial. O segundo modo mais utilizado é o individual motorizado e o terceiro o coletivo que variam em função de variáveis que retratam a dependência familiar, status de emprego, faixa etária e poder aquisitivo.

Já para as atividades gastronômicas e sociais, o modo mais utilizado é o individual motorizado, o que se justifica pela preferência pela dimensão qualidade na escolha do mesmo. Já o segundo modo mais utilizado nos deslocamentos para atividades gastronômicas é o não motorizado, enquanto para as atividades sociais é o coletivo.

Percebe-se, pois, que as escolhas mudam em função da atividade em questão, e que, embora todas sejam consideradas atividades de lazer, devem ser tratadas separadamente para que tais variações possam ser constatadas.

3.2. Recomendações

Como identificado no Capítulo 2 , há uma dificuldade muito grande em se obter dados exclusivos sobre lazer, pois na maioria das vezes tais dados são apresentados em conjunto com dados sobre turismo, o que dificulta o desenvolvimento de estudos mais aprofundados de lazer.

Assim, faz-se necessário coletar dados específicos sobre esta atividade para que pesquisas mais precisas possam ser realizadas, inclusive em relação à classificação de lazer, o que possibilitaria um desdobramento maior desta atividade tão complexa de ser definida, e complementar o presente trabalho.

Visto que os estudos de turismo e lazer muitas vezes se confundem, também seria interessante pesquisar os hábitos de escolha de localidade e de modo utilizado pelos turistas, já que o turismo também representa grande importância social e econômica na sociedade atual.

A partir da coleta de dados específicos de lazer, tornar-se-ia possível também construir uma base de dados referente exclusivamente a tal atividade, o que a tornaria mais apropriada, à medida que seria construída para este fim, e suas peculiaridades seriam observadas. Em relação aos atributos de escolha de localidade e de modo, estes poderiam ser investigados e adaptados para a análise exclusiva desta atividade,

uma vez que, como mencionado no Capítulo 1, a base utilizada para este trabalho envolvia diversas atividades econômicas (trabalho, estudo, consumo), e assim, as especificidades de cada uma delas não puderam ser consideradas isoladamente.

Dada a constatação de que a renda é fator decisivo na exclusão de boa parte das pessoas em atividades de lazer, seria necessário tornar tal atividade acessível para um maior número de pessoas, como por exemplo, oferecendo opções de lazer gratuitas próximo a residência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referências Bibliográficas

- BARRETTO, M. (1995) *Manual de iniciação ao estudo de turismo*. Campinas. Papirus
- BHAT, C. R. E KOPPELMAN, F. S. (1999) A retrospective and prospective survey of time-use research. *Transportation* 26: pp. 119–139
- BHAT, C. R. E MISRA, R. (1999) Discretionary activity time allocation of individuals between in-home and out-of-home and between weekday and weekends. *Transportation* 26: pp. 193-209
- BODMER, M. E MARTINS, J.A., 2003, *Transport Service Quality and Social Responsibility through the Relationship Marketing*, 8th Thredbo, Rio de Janeiro.
- BORGES, C. M. A. (1991) *Proposição Metodológica para avaliação das necessidades dos usuários de transporte – uma consideração teórica*, Tese de M.Sc, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro
- CELT – Centro de Estudos de Lazer e Turismo – FGV/SP
http://www.fgvsp.br/academico/estudos/celt/tur_lazer.htm acesso em 8/7/2004
- DE MASI, D. (2000) *O ócio criativo*. Rio de Janeiro. Sextante. 7ª edição
- DE MASI, D. (2001) *A economia do ócio*. Rio de Janeiro. Sextante. 3ª edição
- DUMAZEDIER, J. (1973) *Lazer e cultura popular*. São Paulo. Editora Perspectiva.
- FORTE, M. G. (2004) *Atributos de qualidade de serviço de transporte urbano de passageiros: A percepção dos diferentes agentes sobre a travessia da Baía de Guanabara*, Tese de M.Sc, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro
- GOLOB, T. F. (2000) A simultaneous model of household activity participation and trip chain generation. *Transportation Research Part B* 34 : pp 355-376

- GRAHAM, ANNE (2000) In: Transport and Leisure. European Conference of Minister of Transport. França
- GRÖNROSS, C. (1990) *Service management and marketing: managing the moment of the truth in service competition*. Canada. Lexington Books.
- HEINZE, G. W. (2000) *Transport and leisure: growth as opportunity*. In: Transport and Leisure - European Conference of Minister of Transport. França
- JANSEN-VERBEKE, M.; DIETVORST, A. (1987) Leisure, recreation and tourism: A geographic view on integration. *Annals of Tourism Research* 14: 361-375
- KALFS, N.; MEURS H. (2000) *Leisure and vacation: a forgotten market?* In: Transport and Leisure. European Conference of Minister of Transport. França
- KNOFLACHER, H. (2000) In: Transport and Leisure. European Conference of Minister of Transport. França
- LAFARGUE, P. *O direito ao ócio*. In: De Masi, D. (2001) *A economia do ócio*. Rio de Janeiro. Sextante. 3ª edição
- LAM, W .H. K. E HUANG, H.(2003) Combined activity/travel choice models: time-dependent and dynamic versions. *Networks and Spatial Economics*, 3 : pp 323-347
- LANZENDORF, M. (2000) Social change & leisure mobility. *World Transport Policy & Practice*, 6(3): pp 21-25
- LEE M. S. , MCNALLY, M. G. (2003) On the structure of weekly activity/travel patterns. *Transportation Research Part A* 37 : pp 823-839
- LEVINSON, D. (1999) Space, money, life-stage and the allocation of time. *Transportation* 26: pp 141-171
- LIMA JR, O. F., 1995, *Qualidade em Serviços em Transportes: Conceituação e Procedimento para Diagnóstico*, Tese de D.Sc., Programa de Engenharia, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- LOVELOCK, C. (1983) Classifying services to gain strategic marketing insights. *Journal of Marketing* 47 : pp 9-20

- MA, JUN ; GOULIAS, K. G. (1997) A dynamic analysis of person and household activity and travel patterns using data from the first two waves in the Puget Sound Transportation Panel. *Transportation* 24: pp 309-331
- MAGNANI, J. G. C. (1994) O lazer na cidade (Texto apresentado ao Condephaat para fundamentar o processo de tombamento do Parque do Povo. São Paulo, 4 de julho de 1994.)
- MALAVÉ CEDEÑO, L. C. (1998) *A importância das pesquisas com usuários no gerenciamento do serviço de transporte público*. Tese de M.Sc, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro
- MARTINS, J.A. E BODMER, M. (2002) – Relatório Técnico: Estudo de Viabilidade Técnico-Econômica de sistemas Hidroviários de Passageiros - Móbile-COPPE/UFRJ – BNDES.
- MARTINS, J.A. E BODMER, M. (2003), Decision theory and analytic hierarchy process for consumers' transport service choice simulation , 8th Thredbo, Rio de Janeiro.
- MELONI, I., GUALA, L., LODDO, A. (2004) Time allocation to discretionary in-home, out-of-home activities and to trips. *Transportation* 31: pp 69–96.
- MEURS, H. E HAAIJER, R. (2001) Spatial Structure and mobility. *Transportation research Part D* 6: pp 429-446
- MIELLENHAUSEN, U. (2002) Gestão do mix promocional para agências de viagens e turismo. *In: Lage, Beatriz H G e Milone, Paulo C. (eds) Turismo Teoria e Prática*. Atlas. São Paulo.
- MOLITOR , G. T. T. (2000) Five Economic Activities Likely to Dominate the New Millennium: II The Leisure Era. *Technological Forecasting and Social Change* 65. pp 239–249
- MORIN, E. (1967) *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro Editora Forense. 1ª edição.
- MUTLU, E. C.; ASIK, O (2002) A look over the concepts of work and leisure throughout important historical periods. *Journal of American Academy of Business, Cambridge* v. 2 (1) pp 12-20

Palhares, Guilherme transportes turisticos

RODRIGUES, A. B. (2001) *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo. Editora Hucitech. 3ª edição.

RUSSEL, B. *O elogio ao ócio*. In: De Masi, Domenico (2001) *A economia do ócio*. Rio de Janeiro. Sextante. 3ª edição

SMITH, S. L. J., GODGEY, G. C. (1991) Leisure, recreation and tourism. *Annals of Tourism Research* 18: pp 85-100

THEUNS, H. L. (1989) Multidisciplinary focus on leisure and tourism. *Annals of Tourism Research* 16: pp 189-204

VUCHIC, V. R. (1999) *Transportation for livable cities*. EUA. Center for Urban Policy

ZHANG ET AL (2004) A model of household task allocation and time use. *Transportation Research Part B*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referências Bibliográficas

- BARRETTO, M. (1995) *Manual de iniciação ao estudo de turismo*. Campinas. Papirus
- BHAT, C. R. E KOPPELMAN, F. S. (1999) A retrospective and prospective survey of time-use research. *Transportation* 26: pp. 119–139
- BHAT, C. R. E MISRA, R. (1999) Discretionary activity time allocation of individuals between in-home and out-of-home and between weekday and weekends. *Transportation* 26: pp. 193-209
- BODMER, M. E MARTINS, J.A., 2003, *Transport Service Quality and Social Responsibility through the Relationship Marketing*, 8th Thredbo, Rio de Janeiro.
- BORGES, C. M. A. (1991) *Proposição Metodológica para avaliação das necessidades dos usuários de transporte – uma consideração teórica*, Tese de M.Sc, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro
- CELT – Centro de Estudos de Lazer e Turismo – FGV/SP
http://www.fgvsp.br/academico/estudos/celt/tur_lazer.htm acesso em 8/7/2004
- DE MASI, D. (2000) *O ócio criativo*. Rio de Janeiro. Sextante. 7ª edição
- DE MASI, D. (2001) *A economia do ócio*. Rio de Janeiro. Sextante. 3ª edição
- DUMAZEDIER, J. (1973) *Lazer e cultura popular*. São Paulo. Editora Perspectiva.
- FORTE, M. G. (2004) *Atributos de qualidade de serviço de transporte urbano de passageiros: A percepção dos diferentes agentes sobre a travessia da Baía de Guanabara*, Tese de M.Sc, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro
- GOLOB, T. F. (2000) A simultaneous model of household activity participation and trip chain generation. *Transportation Research Part B* 34 : pp 355-376
- GRAHAM, ANNE (2000) In: *Transport and Leisure*. European Conference of Minister of Transport. França

- GRÖNROSS, C. (1990) *Service management and marketing: managing the moment of the truth in service competition*. Canada. Lexington Books.
- HEINZE, G. W. (2000) *Transport and leisure: growth as opportunity*. In: Transport and Leisure - European Conference of Minister of Transport. França
- JANSEN-VERBEKE, M.; DIETVORST, A. (1987) Leisure, recreation and tourism: A geographic view on integration. *Annals of Tourism Research* 14: 361-375
- KALFS, N.; MEURS H. (2000) *Leisure and vacation: a forgotten market?* In: Transport and Leisure. European Conference of Minister of Transport. França
- KNOFLACHER, H. (2000) In: Transport and Leisure. European Conference of Minister of Transport. França
- LAFARGUE, P. *O direito ao ócio*. In: De Masi, D. (2001) *A economia do ócio*. Rio de Janeiro. Sextante. 3ª edição
- LAM, W .H. K. E HUANG, H.(2003) Combined activity/travel choice models: time-dependent and dynamic versions. *Networks and Spatial Economics*, 3 : pp 323-347
- LANZENDORF, M. (2000) Social change & leisure mobility. *World Transport Policy & Practice*, 6(3): pp 21-25
- LEE M. S. , MCNALLY, M. G. (2003) On the structure of weekly activity/travel patterns. *Transportation Research Part A* 37 : pp 823-839
- LEVINSON, D. (1999) Space, money, life-stage and the allocation of time. *Transportation* 26: pp 141-171
- LIMA JR, O. F., 1995, *Qualidade em Serviços em Transportes: Conceituação e Procedimento para Diagnóstico*, Tese de D.Sc., Programa de Engenharia, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- LOVELOCK, C. (1983) Classifying services to gain strategic marketing insights. *Journal of Marketing* 47 : pp 9-20
- MA, JUN ; GOULIAS, K. G. (1997) A dynamic analysis of person and household activity and travel patterns using data from the first two waves in the Puget Sound Transportation Panel. *Transportation* 24: pp 309-331

MAGNANI, J. G. C. (1994) O lazer na cidade (Texto apresentado ao Condephaat para fundamentar o processo de tombamento do Parque do Povo. São Paulo, 4 de julho de 1994.)

MALAVÉ CEDEÑO, L. C. (1998) *A importância das pesquisas com usuários no gerenciamento do serviço de transporte público*. Tese de M.Sc, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro

MARTINS, J.A. E BODMER, M. (2002) – Relatório Técnico: Estudo de Viabilidade Técnico-Econômica de sistemas Hidroviários de Passageiros - Móbile-COPPE/UFRJ – BNDES.

MARTINS, J.A. E BODMER, M. (2003), Decision theory and analytic hierarchy process for consumers' transport service choice simulation , 8th Thredbo, Rio de Janeiro.

MELONI, I., GUALA, L., LODDO, A. (2004) Time allocation to discretionary in-home, out-of-home activities and to trips. *Transportation* 31: pp 69–96.

MEURS, H. E HAAIJER, R. (2001) Spatial Structure and mobility. *Transportation research Part D* 6: pp 429-446

MIELLENHAUSEN, U. (2002) Gestão do mix promocional para agências de viagens e turismo. *In: Lage, Beatriz H G e Milone, Paulo C. (eds) Turismo Teoria e Prática*. Atlas. São Paulo.

MOLITOR , G. T. T. (2000) Five Economic Activities Likely to Dominate the New Millennium: II The Leisure Era. *Technological Forecasting and Social Change* 65. pp 239–249

MORIN, E. (1967) *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro Editora Forense. 1ª edição.

MUTLU, E. C.; ASIK, O (2002) A look over the concepts of work and leisure throughout important historical periods. *Journal of American Academy of Business, Cambridge* v. 2 (1) pp 12-20

Palhares, Guilherme transportes turísticos

RODRIGUES, A. B. (2001) *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo. Editora Hucitech. 3ª edição.

RUSSEL, B. *O elogio ao ócio*. In: De Masi, Domenico (2001) *A economia do ócio*. Rio de Janeiro. Sextante. 3ª edição

SMITH, S. L. J., GODGEY, G. C. (1991) Leisure, recreation and tourism. *Annals of Tourism Research* 18: pp 85-100

THEUNS, H. L. (1989) Multidisciplinary focus on leisure and tourism. *Annals of Tourism Research* 16: pp 189-204

VUCHIC, V. R. (1999) *Transportation for livable cities*. EUA. Center for Urban Policy

ZHANG ET AL (2004) *A model of household task allocation and time use*. *Transportation Research Part B*

ANEXO I

ANEXO I

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Atributos localização atividades físicas	Proximidade atividade principal	%	32 8,9%	15 5,2%	47 7,3%
	Proximidade casa	%	217 60,3%	156 54,4%	373 57,7%
	Marca/Nome	%	18 5,0%	26 9,1%	44 6,8%
	Preço	%	37 10,3%	35 12,2%	72 11,1%
	Facilidades	%	40 11,1%	38 13,2%	78 12,1%
	Diversidade	%	16 4,4%	17 5,9%	33 5,1%
	Total		360	287	647
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 1 – Atributos de escolha de localidade x filhos

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Atributos localização atividades físicas	Proximidade atividade principal	%	19 7,2%	28 7,2%	47 7,2%
	Proximidade casa	%	146 55,5%	229 59,2%	375 57,7%
	Marca/Nome	%	15 5,7%	29 7,5%	44 6,8%
	Preço	%	35 13,3%	38 9,8%	73 11,2%
	Facilidades	%	36 13,7%	42 10,9%	78 12,0%
	Diversidade	%	12 4,6%	21 5,4%	33 5,1%
	Total		263	387	650
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 2 - Atributos de escolha de localidade x posse de veículo

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Atributos de localização atividades físicas	Proximidade atividade principal	%	15 6,0%	24 8,6%	7 7,1%	1 4,3%	47 7,2%
	Proximidade casa	%	155 62,2%	151 53,9%	56 57,1%	13 56,5%	375 57,7%
	Marca/Nome	%	12 4,8%	20 7,1%	10 10,2%	2 8,7%	44 6,8%
	Preço	%	30 12,0%	32 11,4%	8 8,2%	3 13,0%	73 11,2%
	Facilidades	%	26 10,4%	37 13,2%	11 11,2%	4 17,4%	78 12,0%
	Diversidade	%	11 4,4%	16 5,7%	6 6,1%		33 5,1%
	Total		249	280	98	23	650
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3 - Atributos de escolha de localidade x faixa etária

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Modo utilizado atividades físicas	Coletivo	%	50 19,4%	40 14,1%	90 16,6%
	Não motorizado	%	150 58,1%	185 65,4%	335 61,9%
	Individual motorizado	%	58 22,5%	58 20,5%	116 21,4%
	Total		258	283	541
%		100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4 - Modo utilizado x Sexo

			Estado civil				Total
			Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	%	1 ,7%	2 2,2%			3 1,2%
	Tempo de viagem	%	7 4,9%	8 8,6%		1 7,1%	16 6,3%
	Preço	%	7 4,9%	7 7,5%	1 20,0%		15 5,9%
	Segurança	%	7 4,9%	4 4,3%		1 7,1%	12 4,7%
	Conforto	%	17 12,0%	12 12,9%		4 28,6%	33 13,0%
	Frequência	%		1 1,1%		1 7,1%	2 ,8%
	Acessibilidade	%	94 66,2%	52 55,9%	4 80,0%	7 50,0%	157 61,9%
	Único meio	%	9 6,3%	7 7,5%			16 6,3%
	Total		142	93	5	14	254
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 5 - Atributos de escolha de modal x estado civil

		Filhos		Total
		Não	Sim	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	1	2	3
	%	,8%	1,6%	1,2%
	Tempo de viagem	7	9	16
	%	5,3%	7,3%	6,3%
	Preço	7	8	15
	%	5,3%	6,5%	5,9%
	Segurança	6	6	12
	%	4,6%	4,9%	4,7%
	Conforto	14	19	33
	%	10,7%	15,4%	13,0%
	Frequência		2	2
	%		1,6%	,8%
Acessibilidade	86	71	157	
%	65,7%	57,8%	61,8%	
Único meio	10	6	16	
%	7,6%	4,9%	6,3%	
Total		131	123	254
%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 6 - Atributos de escolha de modal x filhos

		Trabalha		Total
		Não	Sim	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera		3	3
	%		2,0%	1,2%
	Tempo de viagem	8	8	16
	%	7,7%	5,4%	6,4%
	Preço	6	9	15
	%	5,8%	6,1%	6,0%
	Segurança	4	8	12
	%	3,8%	5,4%	4,8%
	Conforto	8	25	33
	%	7,7%	17,0%	13,1%
	Frequência	1	1	2
	%	1,0%	,7%	,8%
Acessibilidade	71	84	157	
%	68,2%	57,1%	61,8%	
Único meio	6	9	15	
%	5,8%	6,1%	6,0%	
Total		104	147	251
%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 7 - Atributos de escolha de modal x trabalha

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	%	1 ,8%	2 1,6%	3 1,2%
	Tempo de viagem	%	9 6,9%	7 5,6%	16 6,3%
	Preço	%	7 5,3%	8 6,5%	15 5,9%
	Segurança	%	6 4,6%	6 4,8%	12 4,7%
	Conforto	%	18 13,7%	15 12,1%	33 12,9%
	Frequência	%	1 ,8%	1 ,8%	2 ,8%
	Acessibilidade	%	78 59,5%	80 64,5%	158 61,9%
	Único meio	%	11 8,4%	5 4,0%	16 6,3%
	Total		131	124	255
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 8 - Atributos de escolha de modal x sexo

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Atributos modais atividades físicas	Tempo de espera	%		3 2,8%			3 1,2%
	Tempo de viagem	%	7 6,5%	6 5,6%	2 5,9%	1 20,0%	16 6,3%
	Preço	%	6 5,6%	6 5,6%	3 8,8%		15 5,9%
	Segurança	%	4 3,7%	8 7,4%			12 4,7%
	Conforto	%	11 10,2%	16 14,8%	6 17,6%		33 12,9%
	Frequência	%			2 5,9%		2 ,8%
	Acessibilidade	%	73 67,6%	61 56,5%	20 58,8%	4 80,0%	158 61,9%
	Único meio	%	7 6,5%	8 7,4%	1 2,9%		16 6,3%
	Total		108	108	34	5	255
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 9 - Atributos de escolha de modal x faixa etária

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		71	86	157
localização	atividade principal	%	9,8%	8,9%	9,3%
gastronomia	Proximidade casa		238	320	558
		%	32,8%	33,0%	32,9%
	Marca/Nome		73	104	177
		%	10,1%	10,7%	10,4%
	Preço		57	83	140
		%	7,9%	8,6%	8,3%
	Facilidades		84	134	218
		%	11,6%	13,8%	12,9%
	Diversidade		202	243	445
		%	27,9%	25,1%	26,3%
Total			725	970	1695
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 10 – Atributos de escolha de localidade x filhos

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Atributos	Proximidade		83	75	158
localização	atividade principal	%	10,0%	8,5%	9,2%
gastronomia	Proximidade casa		271	292	563
		%	32,6%	33,2%	32,9%
	Marca/Nome		90	87	177
		%	10,8%	9,9%	10,3%
	Preço		65	77	142
		%	7,8%	8,8%	8,3%
	Facilidades		110	108	218
		%	13,2%	12,3%	12,7%
	Diversidade		212	241	453
		%	25,5%	27,4%	26,5%
Total			831	880	1711
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 11 – Atributos de escolha de localidade x sexo

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Atributos	Proximidade		66	92	158
localização	atividade principal	%	9,0%	9,4%	9,2%
gastronomia	Proximidade casa		268	295	563
		%	36,4%	30,3%	32,9%
	Marca/Nome		56	121	177
		%	7,6%	12,4%	10,3%
	Preço		79	63	142
		%	10,7%	6,5%	8,3%
	Facilidades		96	122	218
		%	13,0%	12,5%	12,7%
	Diversidade		172	281	453
		%	23,3%	28,9%	26,5%
Total			737	974	1711
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 12 – Atributos de escolha de localidade x posse de veículo

			Trabalha		Total
			Não	Sim	
Modo	Coletivo		97	144	241
utilizado		%	16,0%	15,7%	15,8%
gastronomia	Não		227	332	559
	motorizado	%	37,5%	36,2%	36,7%
	Individual		282	440	722
	motorizado	%	46,5%	48,0%	47,4%
Total			606	916	1522
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 13 – Modo utilizado x trabalha

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Modo	Coletivo		112	139	251
utilizado		%	14,3%	17,5%	15,9%
gastronomia	Não		294	281	575
	motorizado	%	37,6%	35,4%	36,5%
	Individual		376	373	749
	motorizado	%	48,1%	47,0%	47,6%
Total			782	793	1575
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 14 – Modo utilizado x sexo

			Estado civil				Total
			Solteiro(a)	Casado(a)	Viuvo(a)	Separado(a)	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	20 2,4%	21 2,3%		1 ,9%	42 2,1%
	Tempo de viagem	%	70 8,5%	76 8,5%	10 8,1%	8 6,8%	164 8,3%
	Preço	%	28 3,4%	32 3,6%	4 3,2%	5 4,3%	69 3,5%
	Segurança	%	97 11,7%	103 11,5%	11 8,9%	20 17,1%	231 11,7%
	Conforto	%	287 34,7%	325 36,2%	46 37,1%	38 32,5%	696 35,4%
	Frequência	%	7 ,8%	10 1,1%		3 2,6%	20 1,0%
	Acessibilidade	%	260 31,4%	261 29,0%	42 33,9%	32 27,4%	595 30,2%
	Único meio	%	59 7,1%	71 7,9%	11 8,9%	10 8,5%	151 7,7%
	Total		828	899	124	117	1968
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 15 – Atributos de escolha modal x estado civil

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	20 2,6%	22 1,8%	42 2,1%
	Tempo de viagem	%	62 8,1%	105 8,6%	167 8,4%
	Preço	%	27 3,5%	43 3,5%	70 3,5%
	Segurança	%	93 12,1%	139 11,4%	232 11,7%
	Conforto	%	261 34,0%	441 36,1%	702 35,3%
	Frequência	%	5 ,7%	15 1,2%	20 1,0%
	Acessibilidade	%	241 31,4%	359 29,4%	600 30,2%
	Único meio	%	58 7,6%	96 7,9%	154 7,8%
	Total		767	1220	1987
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 16 – Atributos de escolha modal x filhos

			Trabalha		Total
			Não	Sim	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	24 3,0%	16 1,4%	40 2,1%
	Tempo de viagem	%	55 6,8%	104 9,2%	159 8,2%
	Preço	%	30 3,7%	37 3,3%	67 3,5%
	Segurança	%	81 10,0%	148 13,1%	229 11,8%
	Conforto	%	297 36,8%	384 34,0%	681 35,2%
	Frequência	%	13 1,6%	6 ,5%	19 1,0%
	Acessibilidade	%	236 29,2%	354 31,3%	590 30,5%
	Único meio	%	71 8,8%	80 7,1%	151 7,8%
	Total		807	1129	1936
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 17 – Atributos de escolha modal x trabalha

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	15 1,6%	27 2,6%	42 2,1%
	Tempo de viagem	%	77 8,1%	91 8,7%	168 8,4%
	Preço	%	38 4,0%	32 3,1%	70 3,5%
	Segurança	%	112 11,8%	121 11,6%	233 11,7%
	Conforto	%	348 36,7%	356 34,1%	704 35,3%
	Frequência	%	11 1,2%	9 ,9%	20 1,0%
	Acessibilidade	%	277 29,2%	325 31,1%	602 30,2%
	Único meio	%	71 7,5%	83 8,0%	154 7,7%
	Total		949	1044	1993
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 18 – Atributos de escolha modal x sexo

			Faixa etária				Total
			15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 e +	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	17	18	7		42
			3,2%	2,1%	1,6%		2,1%
	Tempo de viagem	%	48	81	29	10	168
			9,1%	9,4%	6,8%	5,6%	8,4%
	Preço	%	16	32	16	6	70
			3,0%	3,7%	3,8%	3,4%	3,5%
	Segurança	%	54	102	60	17	233
			10,3%	11,8%	14,1%	9,6%	11,7%
	Conforto	%	179	306	143	76	704
			34,1%	35,3%	33,6%	42,9%	35,3%
	Frequência	%	2	13	4	1	20
		,4%	1,5%	,9%	,6%	1,0%	
Acessibilidade	%	169	243	137	53	602	
		32,2%	28,0%	32,3%	30,0%	30,2%	
Único meio	%	40	71	29	14	154	
		7,6%	8,2%	6,8%	7,9%	7,7%	
Total		525	866	425	177	1993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 19 – Atributos de escolha modal x faixa etária

			Posse de veículo		Total
			Não	Sim	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	17	25	42
			1,7%	2,5%	2,1%
	Tempo de viagem	%	71	97	168
			7,2%	9,6%	8,4%
	Preço	%	40	30	70
			4,1%	3,0%	3,5%
	Segurança	%	110	123	233
			11,2%	12,2%	11,7%
	Conforto	%	327	377	704
			33,3%	37,3%	35,3%
	Frequência	%	12	8	20
		1,2%	,8%	1,0%	
Acessibilidade	%	311	291	602	
		31,6%	28,8%	30,2%	
Único meio	%	95	59	154	
		9,7%	5,8%	7,7%	
Total		983	1010	1993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 20 – Atributos de escolha modal x posse de veículo

			Faixa de renda				Total
			até 3 SM	3 a 5 SM	5 a 8 SM	+ de 8 SM	
Atributos modais gastronomia	Tempo de espera	%	8	20	8	6	42
			3,2%	2,0%	1,7%	2,3%	2,1%
	Tempo de viagem	%	17	85	41	25	168
			6,7%	8,4%	8,8%	9,5%	8,4%
	Preço	%	16	39	8	7	70
			6,3%	3,9%	1,7%	2,7%	3,5%
	Segurança	%	21	118	57	36	232
			8,3%	11,7%	12,2%	13,6%	11,6%
	Conforto	%	88	344	170	102	704
			34,9%	34,1%	36,5%	38,6%	35,3%
Frequência	%	5	7	7	1	20	
		2,0%	,7%	1,5%	,4%	1,0%	
Acessibilidade	%	75	305	145	77	602	
		29,8%	30,2%	31,1%	29,1%	30,2%	
Único meio	%	22	92	30	10	154	
		8,7%	9,1%	6,4%	3,8%	7,7%	
Total	%	252	1010	466	264	1992	
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 21 – Atributos de escolha modal x renda

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Modo utilizado atividades sociais	Coletivo	%	174	183	357
			29,8%	33,2%	31,5%
	Não motorizado	%	146	148	294
			25,0%	26,8%	25,9%
	Individual motorizado	%	263	221	484
			45,1%	40,0%	42,6%
Total		583	552	1135	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 22 – Modo utilizado x sexo

			Filhos		Total
			Não	Sim	
Atributos modais	Tempo de espera	%	15	11	26
			3,4%	2,7%	3,1%
atividades sociais	Tempo de viagem	%	52	36	88
			11,9%	8,8%	10,4%
	Preço	%	32	30	62
			7,3%	7,3%	7,3%
	Segurança	%	58	42	100
			13,3%	10,2%	11,8%
	Conforto	%	125	142	267
			28,6%	34,6%	31,5%
	Frequência	%	9	3	12
			2,1%	,7%	1,4%
	Acessibilidade	%	87	105	192
			19,9%	25,6%	22,7%
	Único meio	%	59	41	100
			13,5%	10,0%	11,8%
Total			437	410	847
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 23 – Atributos de escolha modal x filhos

			Trabalha		Total
			Não	Sim	
Atributos modais	Tempo de espera	%	9	16	25
			3,1%	3,1%	3,1%
atividades sociais	Tempo de viagem	%	20	62	82
			7,0%	12,1%	10,3%
	Preço	%	25	31	56
			8,7%	6,0%	7,0%
	Segurança	%	35	63	98
			12,2%	12,3%	12,3%
	Conforto	%	85	168	253
			29,6%	32,7%	31,6%
	Frequência	%	4	8	12
			1,4%	1,6%	1,5%
	Acessibilidade	%	78	101	179
			27,1%	19,6%	22,4%
	Único meio	%	31	64	95
			10,8%	12,5%	11,9%
Total			287	513	800
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 24 – Atributos de escolha modal x trabalha

			Sexo		Total
			Masculino	Feminino	
Atributos modais	Tempo de espera	%	13 2,9%	13 3,2%	26 3,1%
	atividades sociais	Tempo de viagem	%	48 10,7%	41 10,2%
		Preço	%	33 7,4%	29 7,2%
	Segurança	%	54 12,1%	46 11,4%	100 11,8%
	Conforto	%	144 32,1%	124 30,8%	268 31,5%
	Frequência	%	6 1,3%	6 1,5%	12 1,4%
	Acessibilidade	%	95 21,3%	97 24,1%	192 22,6%
	Único meio	%	55 12,3%	46 11,4%	101 11,9%
Total			448	402	850
	%		100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 25 – Atributos de escolha modal x sexo

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)