

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

## **Pesquisa de Demanda Turística em Niterói (RJ): Procedimentos Metodológicos e Resultados**

### **Tourism Demand's Research in Niterói (RJ): Methodological Procedures and Results**

<sup>1</sup>João Evangelista Dias Monteiro

E-mail: joaoedm@id.uff.br

orcid: 0000-0002-2515-5610

Laissa Pacheco

<sup>2</sup>E-mail: laissapacheco@id.uff.br

orcid: 0000-0003-2227-6393

Letícia Cynara Santos-Silva

<sup>3</sup>E-mail: leticiascynara@gmail.com

orcid:0000-0002-8392-5011

#### **RESUMO**

O Observatório do Turismo de Niterói (RJ) atua na produção de dados e estatísticas de interesse turístico para aprimorar o monitoramento do turismo na cidade, sendo a pesquisa de Demanda Turística um dos trabalhos realizados para alcançar esse fim. Assim, o presente artigo objetiva apresentar os resultados da pesquisa de Demanda Turística de Niterói que consiste na identificação do perfil dos turistas, procedência, gastos e outras informações importantes no processo de planejamento do turismo na cidade. Os procedimentos metodológicos para execução da pesquisa foram estruturados em etapas: primeiro, identificação da base conceitual, segundo, elaboração do questionário, terceiro, seleção e treinamento da equipe, quarto, realização da pesquisa de campo e, por fim, análise dos resultados. Os resultados da pesquisa revelam que a maior parte dos entrevistados são brasileiros vindos do próprio estado do Rio de Janeiro, em automóvel próprio e não pernoitam em Niterói.

**Palavras-chave:** Pesquisa de Demanda. Observatório do Turismo de Niterói. Perfil do turista. Dados e informações do turismo.

---

<sup>1</sup> Doutor em Economia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Diretor da Faculdade de Turismo e Hotelaria da UFF (FTH-UFF) (Niterói, Rio de Janeiro, Brasil). Coordenador do projeto do Observatório do Turismo do Município de Niterói.

<sup>2</sup> Mestranda em Turismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e Bacharela em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Bolsista de Pós Graduação no Projeto Observatório do Turismo do Município de Niterói.

<sup>3</sup> Mestranda em Turismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Coordenadora do Observatório do Turismo do Maranhão, vinculado à Secretaria de Estado do Turismo. Colaboradora de Pós Graduação no Projeto Observatório do Turismo do Município de Niterói. Membro integrante do Grupo de Pesquisa LABCONS - Laboratórios de Estudos Comportamentais em Turismo.

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

## ABSTRACT

The Tourism Observatory of Niterói (RJ) works in the production of data and statistics of tourist interest, in order to improve the monitoring of tourism development in the city. In this sense, the Niterói Tourist Demand survey is part of the information and statistics system produced by the Observatory, aiming to identify the tourist profile, origin, expenses and other important information in the tourism planning process in the city. The methodological procedures for carrying out the research were structured in stages: first, identification of the conceptual basis, second, elaboration of the questionnaire, third, selection and training of the team, fourth, carrying out the field research and, finally, analysis of the results. The research revealed that most of the interviewees are Brazilians coming from the state of Rio de Janeiro, in their own car and not staying overnight in Niterói.

**Keywords:** Demand Search. Niterói Tourism Observatory. Tourist profile. Tourism data and information.

## 1 APRESENTAÇÃO

A busca pela otimização de benefícios econômico-sociais através do desenvolvimento do turismo em determinada localidade, depende de um planejamento eficiente. Logo, para que o turismo seja planejado de maneira eficaz requer, necessariamente, que esteja baseado em uma ampla base de informações turísticas que forneçam dados de monitoramento da atividade.

Em vista desse propósito, foi criado o Observatório do Turismo do Município de Niterói (Observatur Niterói), cujo propósito é a realização de pesquisas capazes de fornecer informações e dados que possibilitam a análise dos desafios e oportunidades do desenvolvimento sustentável do turismo na cidade. Localizado na região Metropolitana do estado do Rio de Janeiro, o município de Niterói apresenta um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,837, sendo o melhor do estado, segundo o IBGE (2010). Estima-se que sua população total seja de aproximadamente 516.981 pessoas, tendo cerca de 91% de domicílios com esgotamento sanitário adequado e salário médio mensal de 3.1 salários mínimos (IBGE, 2020, 2021), índices que evidenciam características positivas na qualidade de vida da população. Além disso, Niterói possui um importante potencial turístico devido a seus centros históricos, culturais e arquitetônicos, belezas cênicas e praias oceânicas. Por isso, um dos trabalhos exercidos pelo observatório está relacionado à aplicação e análise da Pesquisa de Demanda Turística de Niterói.

Uma pesquisa de demanda turística visa fornecer informações sobre o perfil dos

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

turistas de um determinado local, no intuito de conhecer melhor as necessidades, preferências, preocupações e hábitos característicos de quem é atraído a visitá-lo. Dessa maneira, a Pesquisa de Demanda Turística coordenada pelo Observatório do Turismo de Niterói, busca levantar dados sobre turistas e visitantes da cidade relacionados ao seu perfil socioeconômico, organização e características da viagem, associadas ao tempo de permanência na cidade, tipo de hospedagem, gasto médio, meio de transporte utilizado para chegar, percepções sobre a cidade e entre outras informações.

Evidencia-se então, que a coleta desses dados se torna fundamental por gerar um conhecimento aprofundado sobre o tipo de visitante que a cidade recebe. Logo, essa fonte de informação é indispensável para o planejamento do desenvolvimento do turismo em Niterói, à medida que colabora na definição de estratégias de marketing para o trade turístico e para o município em si, além de orientar a elaboração de produtos compatíveis com o perfil dos turistas que visitam o município de Niterói. Os dados coletados por meio da pesquisa de demanda turística também permitem o monitoramento das avaliações dos turistas em relação aos serviços e equipamentos turísticos, contribuindo na busca para melhorar a qualidade dos mesmos e, por conseguinte, aumentar a competitividade turística do município.

## 2 OBJETIVOS DA PESQUISA

O presente trabalho tem como objetivo apresentar os resultados da pesquisa de Demanda Turística de Niterói realizada pelo Observatório do Turismo da cidade, levantando informações sobre os visitantes da cidade, como: o perfil socioeconômico, local de procedência, hábitos de consumo durante a viagem em Niterói, processo de planejamento da viagem e a estrutura de gastos e a permanência média. Além de avaliar o nível de satisfação dos turistas em relação à infraestrutura e serviços do município.

## 3 BASE CONCEITUAL

Como base conceitual, a pesquisa utilizou as definições apresentadas no manual “*Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*”, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2008). Dessa forma, destacam-se para os fins da

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

pesquisa os conceitos de: turista, visitante, excursionista, segmentação turística e demanda turística atual ou efetiva.

De acordo com a OMT (2008), um visitante é caracterizado por aquele que viaja para um lugar diferente do seu entorno habitual, por uma duração inferior a um ano, com qualquer finalidade principal (motivos pessoais ou de negócios/profissionais) diferentes de ser empregado por alguma entidade local. Assim, os visitantes podem ser classificados por duração ou por destino da viagem.

Quando classificados por duração da viagem, os visitantes podem se encaixar na categoria de Turistas ou Excursionistas. No caso dos Turistas, diz respeito aqueles que permanecem uma ou mais noites no local visitado. Já os Excursionistas se referem aos visitantes que não pernoitam no local visitado, ou seja, podem estar relacionadas às visitas popularmente nomeadas como “bate-volta”, as que são de passagem objetivando chegar a um destino principal ou aquelas que são “complemento” de um destino principal.

É comum que a maior parte das pesquisas de demanda turística tenham como enfoque os visitantes classificados como Turistas. No entanto, para o caso de Niterói, optou-se por não restringir a Pesquisa de Demanda Turística de Niterói a apenas turistas, mas abranger também os visitantes categorizados como excursionistas, tendo em vista a importância dos excursionistas no fluxo de visitantes da cidade, principalmente os vindos da cidade do Rio de Janeiro.

A classificação dos visitantes por destino de viagem também foi outro conceito adotado nesta pesquisa. Isso porque, essa classificação diz respeito à avaliação e relevância da demanda turística doméstica e internacional no fluxo de visitantes. Assim, conforme a OMT, os visitantes podem ser classificados em duas categorias: internacionais, aqueles cujo país de residência é diferente do país visitado, incluindo também os visitantes nacionais que residem no estrangeiro de forma permanente e visitam o país de origem; e os internos, visitantes cujo país de residência é o país visitado; podendo ser nacionais ou estrangeiros.

**ISSN 2764-5835****Recebido: 13.09.2022****Aprovado: 11.12.2022****Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review**

#### **4 METODOLOGIA**

Os procedimentos metodológicos para o desenvolvimento da pesquisa de demanda foram estruturados em 5 etapas: primeiro, identificação da base conceitual; segundo, a elaboração do questionário; terceiro, seleção e treinamento da equipe; quarto, a realização da pesquisa de campo e, por fim, análise dos resultados. Sendo assim, na primeira etapa realizou-se pesquisa bibliográfica e documental para o estudo da base conceitual relacionada, principalmente, a definição das concepções de visitantes a serem adotadas. Já a segunda etapa gira em torno da criação de um questionário a ser aplicado com turistas e visitantes na cidade de Niterói (RJ). Para sua estruturação, levou-se em consideração o objetivo da pesquisa e as informações necessárias a serem colhidas. Além disso, foram realizadas pesquisas documentais também a fim de estudar perguntas contidas em pesquisas de demanda turística de outros destinos brasileiros e observar os resultados que foram alcançados com elas. Após a estruturação primária, o questionário passou ainda por um breve período de testagem, que consistiu na sua aplicação em campo, direcionada para o público-alvo estabelecido (turistas e visitantes). A coleta-teste totalizou cerca de 16 respostas, no intuito de identificar potencialidades e debilidades das perguntas, aprimorando ainda mais o questionário. Dessa forma, em seguida, se obteve a versão final do questionário com 25 perguntas no total, que se encontra em anexo ao final deste relatório.

A terceira etapa foi relacionada à seleção da equipe para a aplicação do questionário em campo. Por meio de processo seletivo previsto em edital lançado pelo Observatur Niterói, 7 novos pesquisadores foram selecionados para fomentar a execução da pesquisa de campo e, assim, incorporar a equipe do observatório. Dessa maneira, a equipe atuante da pesquisa de Demanda Turística de Niterói foi formada por 11 pesquisadores no total, sendo eles: 7 (sete) graduandas em Turismo, 2 (duas) graduandas em Hotelaria, 1 (um) graduando em Estatística e 1 (uma) mestranda em Turismo, todos pertencentes à Universidade Federal Fluminense (UFF), em Niterói, coordenados pelo Professor Doutor João Evangelista Dias Monteiro (UFF).

Após a seleção da equipe, deu-se início ao treinamento. A familiarização dos pesquisadores com o questionário e a instrução das diretrizes de aplicação em campo foram realizadas por meio de reuniões. Em um primeiro momento, a fim de inteirar os pesquisadores

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

com o conteúdo do questionário, o treinamento foi realizado de forma *online*, por meio de chamada de vídeo síncrona na plataforma *Google Meet*, que foi gravada para possíveis consultas posteriores. Em seguida, um encontro presencial com toda equipe foi marcado para a simulação do campo. Nele, os pesquisadores receberam orientações de como utilizar os

*tablets*, realizar uma abordagem, se portar diante dos entrevistados, se vestir adequadamente, lidar com reações negativas e preencher todos os campos do questionário de forma correta.

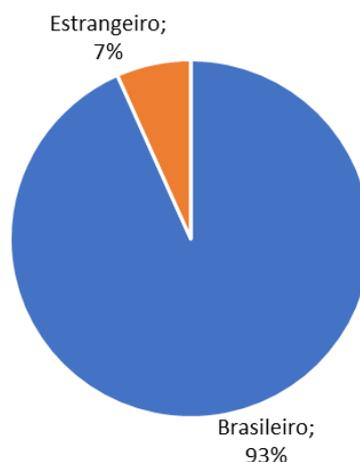
Já a quarta etapa é referente ao próprio início da pesquisa, ou seja, a realização da pesquisa de campo, consistindo na aplicação da versão final do questionário com turistas e visitantes. As pesquisas em campo ocorreram em momentos de alta e baixa temporada, totalizando 5 meses até o presente momento, que abrangeram o período de março a julho de 2022. Estrategicamente, os campos foram realizados nas sextas e sábados, com o propósito de encontrar um fluxo maior de visitantes. A cada dia os pesquisadores foram divididos em, geralmente, 3 ou 4 equipes, que aplicavam individualmente os questionários face a face com o respondente por meio do auxílio de *tablets*. Os pontos de coleta também foram pensados de forma estratégica, buscando um maior fluxo de entrevistados. Dessa maneira, as equipes se concentraram, majoritariamente, nos pontos turísticos mais emblemáticos da cidade, sendo eles: Caminho Niemeyer, Museu de Arte Contemporânea (MAC), Fortaleza de Santa Cruz da Barra e Parque da Cidade.

Na sequência, a análise das informações obtidas compõe a última etapa da pesquisa. Para isso, as respostas dos questionários foram tabuladas em planilha *excel* a fim de proporcionar uma melhor visualização dos dados e, posteriormente, a composição de gráficos e estatísticas. No total, foram colhidas 767 respostas válidas, permitindo traçar o perfil do visitante da cidade de Niterói (RJ), que será apresentado em detalhes na seção a seguir.

## 5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

### 5.1 - Tipo de visitante

**Gráfico 1:** Porcentagem de visitantes brasileiros e estrangeiros

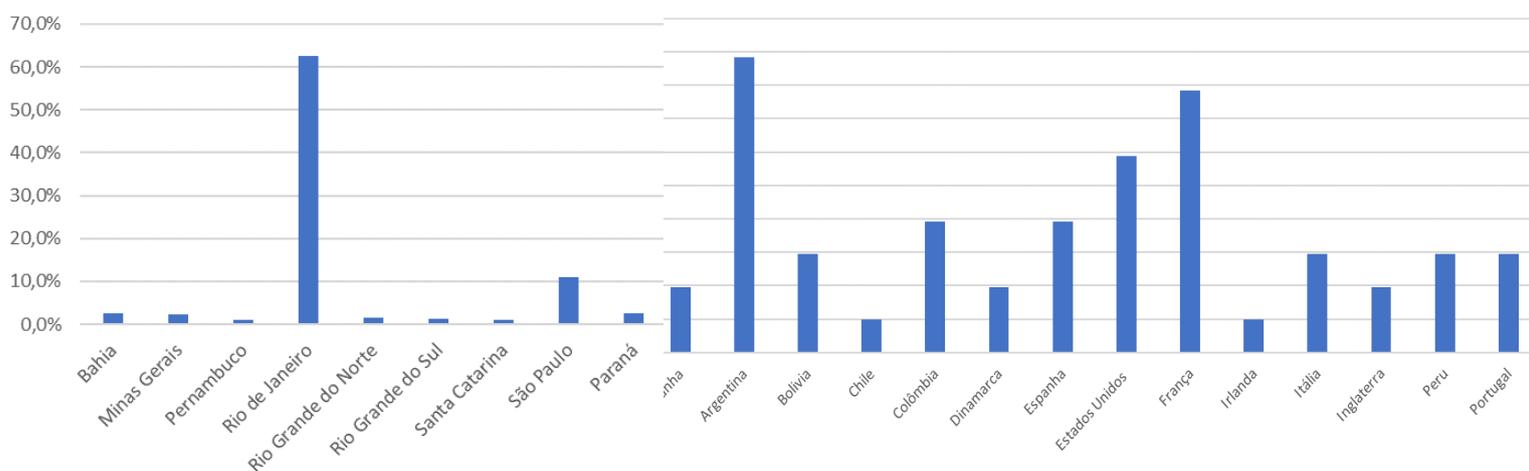


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Através do gráfico exposto, evidencia-se que a maior parte dos visitantes da cidade de Niterói são de origem nacional, ou seja, vindos de outros estados brasileiros ou do próprio RJ.

### 5.2 – Procedência dos Visitantes Nacionais e Internacionais

**Gráfico 2:** Estados de origem dos visitantes nacionais e países de origem dos visitantes internacionais

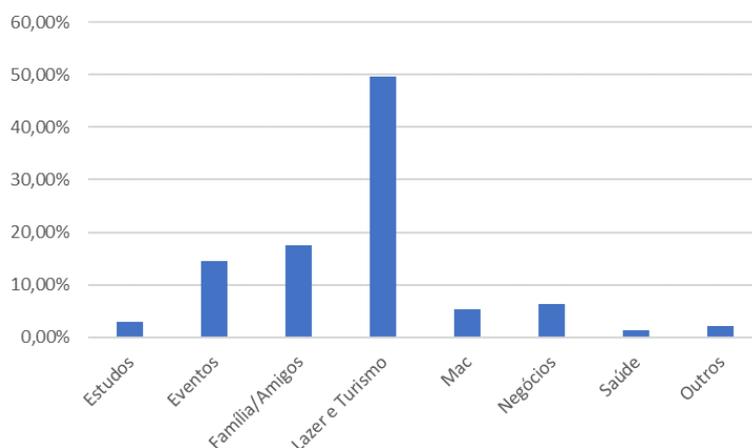


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

A quantidade de visitantes oriundos do próprio estado do RJ se destaca em comparação aos de outros estados. O estado de São Paulo foi o segundo estado mais expressivo.

### 5.3 – Principal motivação da viagem

**Gráfico 3:** Motivo pelo o qual se visita Niterói (RJ)



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Quase 50% das visitas em Niterói são motivadas por lazer e turismo. Eventos e visitas a amigos/parentes aparecem em seguida com um pouco menos de 20% das respostas cada um. Além disso, é importante ressaltar que a aparição do Museu de Arte Contemporânea (MAC) citado como principal motivação da visita mostra sua relevância em atrair visitantes à Niterói.

ISSN 2764-5835

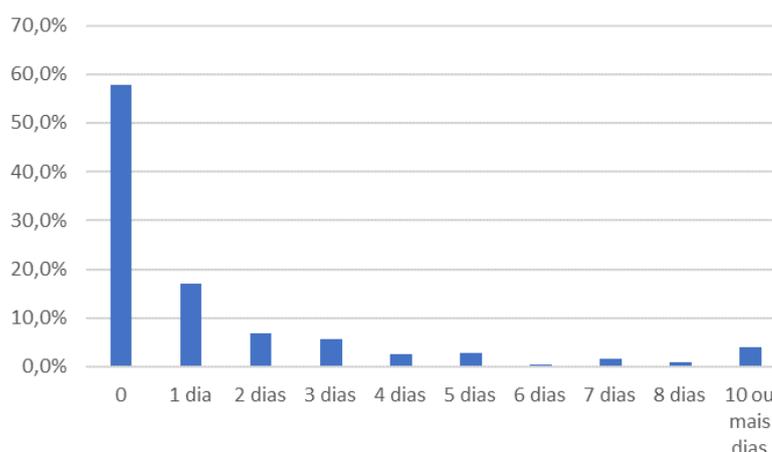
Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

#### 5.4 – Permanência Média dos Visitantes

**Gráfico 4:** Tempo de permanência dos visitantes na cidade de Niterói (RJ)

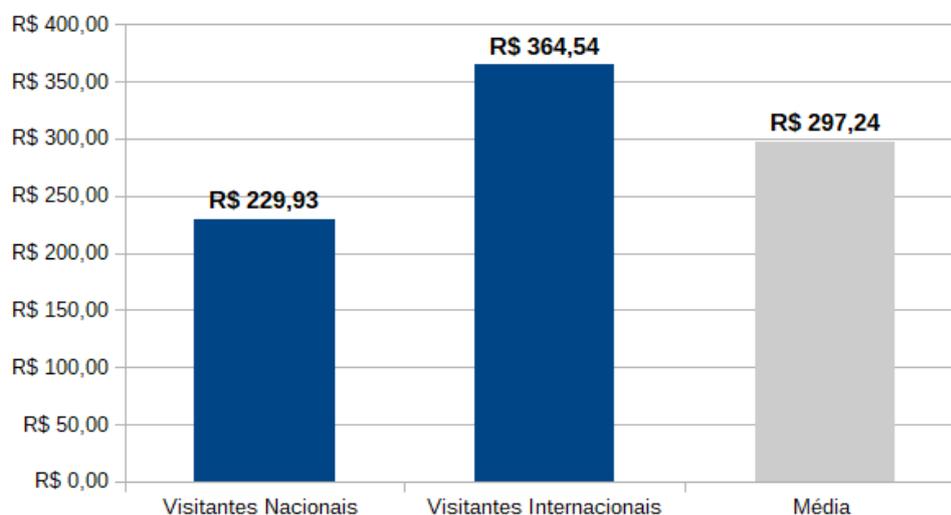


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Mais de 50% dos visitantes não pernoitaram na cidade, enquanto menos de 20% se hospedaram pelo menos 1 dia. Pernoites a partir de 2 dias apresentaram índices abaixo de 10%.

#### 5.5 – Gasto Médio dos Visitantes

**Gráfico 5:** Gasto total dos visitantes, gastos dos visitantes brasileiros, gastos dos visitantes estrangeiros



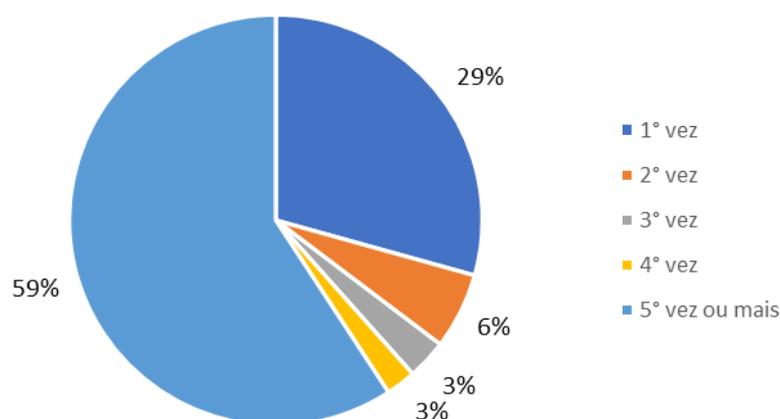
Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Por meio dos dados acima, é possível notar que os visitantes internacionais apresentam gastos mais elevados em comparação aos gastos de visitantes brasileiros.

A média dos gastos de ambas as origens de visitantes foi de R\$ 297,24.

### 5.6 – Visitas a Cidade

**Gráfico 6:** Número de vezes que já visitou a cidade de Niterói (RJ)

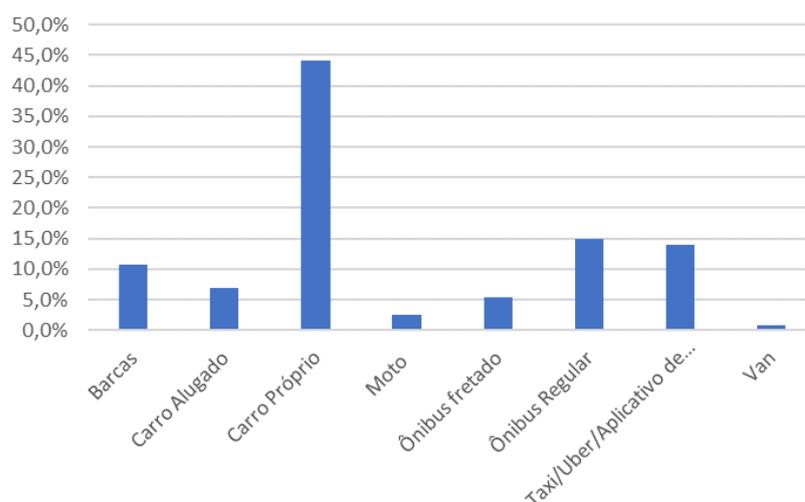


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Percebe-se que a maior parte dos visitantes de Niterói tendem a repetir a visita. Quase 60% realizaram sua visita pela quinta vez ou mais, enquanto 30% estiveram na cidade pela primeira vez, também sendo um quantitativo importante a ser observado.

## 5.7 – Meio de transporte utilizado

**Gráfico 7:** Transporte utilizado para chegar em Niterói (RJ)

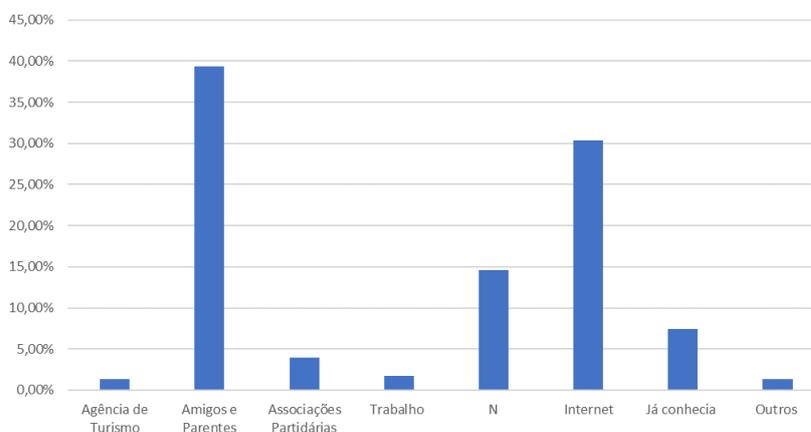


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

A chegada em Niterói por meio de carro próprio é o transporte mais utilizado pelos visitantes, sendo a opção de quase 45% dos visitantes. A utilização de ônibus regular aparece em seguida com 15%, táxis e transportes de aplicativos com cerca de 14%, enquanto as barcas apresentaram um pouco mais de 10% nas respostas dos visitantes.

## 5.8 – Principal fonte de informação utilizada para organização da viagem

**Gráfico 8:** Fonte de informação consultada para organizar a visita



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

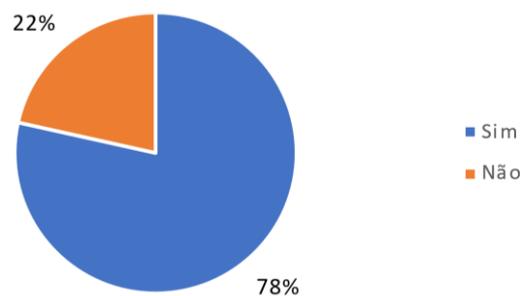
Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

Aproximadamente 40% dos visitantes disseram haver consultado amigos ou parentes para organizarem sua ida à Niterói e cerca de 30% disseram terem buscado informações sobre a cidade na internet. Apenas um pouco menos de 15% afirmaram não terem consultado informações de forma alguma. Esses dados mostram que os visitantes tendem a se informar sobre Niterói antes de visitar a cidade. Diante dessa condição, se evidencia a importância de fomentar páginas *online* do turismo na cidade, além de se preocupar em proporcionar uma boa experiência não só para os visitantes como também para os próprios moradores, visto que, em parte dos casos, são esses que informam sobre Niterói para visitantes em potencial.

## 5.9 – Principal destino da viagem

Gráfico 9: Niterói como o principal destino da viagem



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Segundo o gráfico, Niterói costuma ser o destino principal das visitas, mostrando sua relevância em atrair visitantes por si só, sem depender de outros destinos próximos.

ISSN 2764-5835

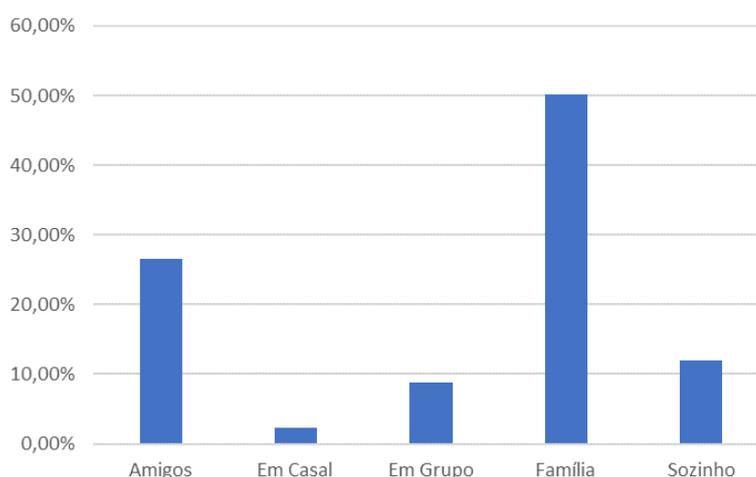
Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

### 5.10 – Com quem realiza a viagem

Gráfico 10: Com quem viaja

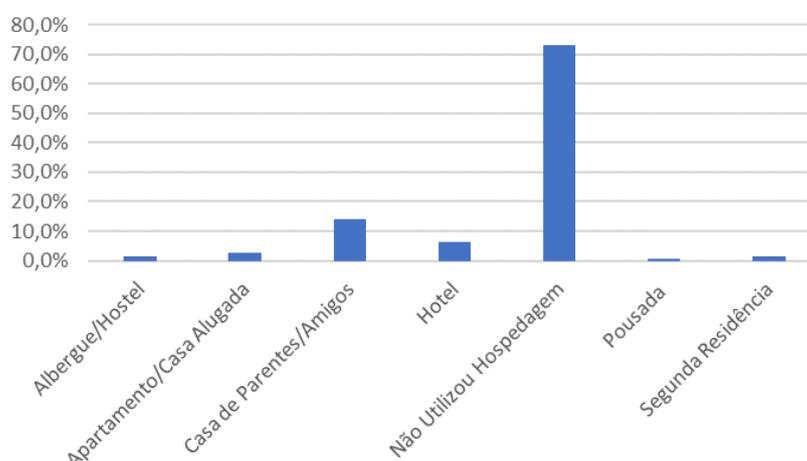


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Através do gráfico 10, nota-se a diversidade de estilo de viajantes relacionado a seus acompanhantes. Niterói tende a atrair mais pessoas que viajam em família, sendo 50% dos visitantes dentro desse perfil. Viagens entre amigos aparece em seguida com cerca de 25%, enquanto sozinho e em grupo com aproximadamente 10% das respostas cada um.

### 5.11 – Tipo de Hospedagem utilizado

Gráfico 11: Meio de hospedagem utilizado durante a visita



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

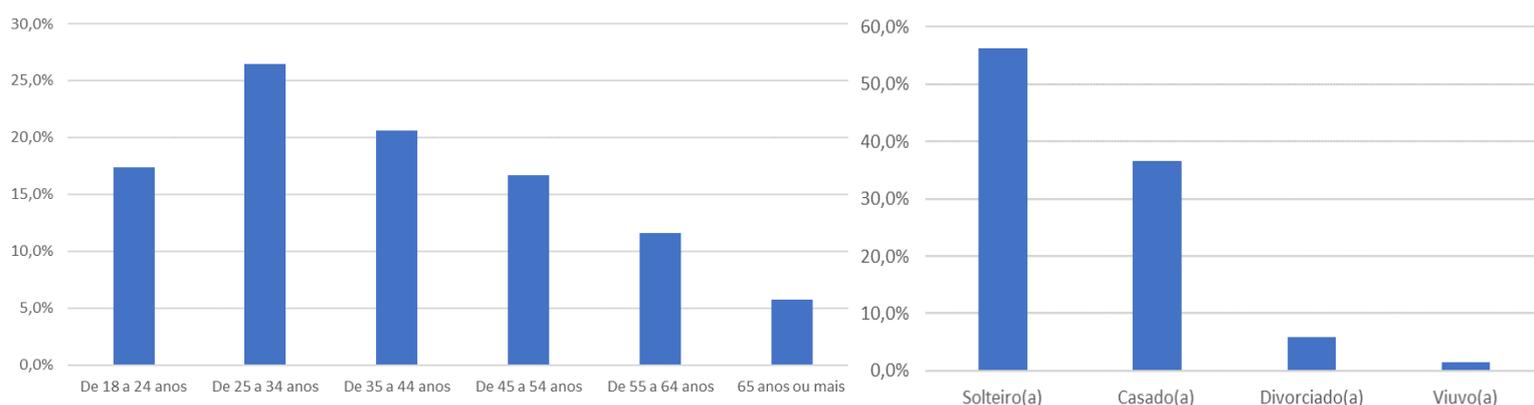
Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

A pesquisa mostra que mais de 70% dos visitantes de Niterói não se hospedam na cidade. Isso se deve ao fato que grande parte reside no próprio estado do Rio de Janeiro ou, quando residentes de outros estados e países, possuem preferência por se hospedar na cidade do Rio, e acabam visitando Niterói devido sua proximidade. Apesar de não apresentar uma quantidade de hóspedes expressiva, é fundamental que a cidade siga atraindo os visitantes que se hospedam nos destinos próximos, principalmente os da cidade do Rio de Janeiro.

### 5.12 – Faixa etária e estado civil dos visitantes

Gráfico 12: Faixa etária e estado civil

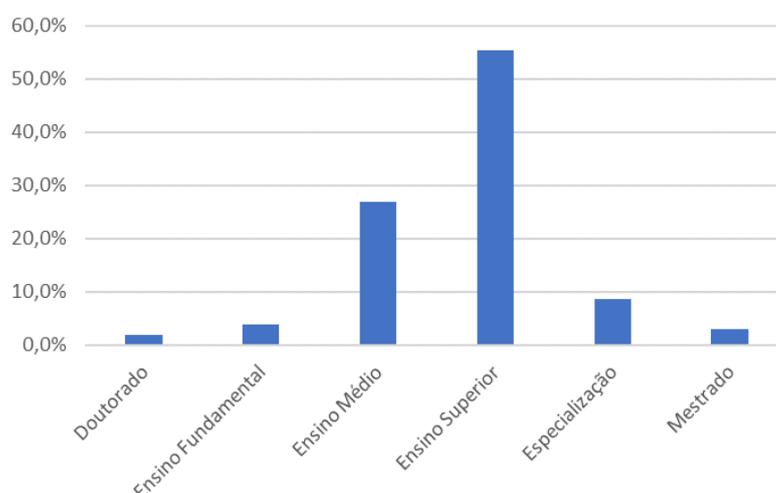


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Em geral, o público que visita a cidade apresenta uma faixa etária bem diversa, evidenciando sua capacidade em atrair diferentes perfis. A maior parte desse público é solteiro(a), porém, visitantes com estado civil casado(a) também representam uma parcela expressiva.

### 5.13 – Nível de Escolaridade dos Visitantes

**Gráfico 13:** Escolaridade dos visitantes

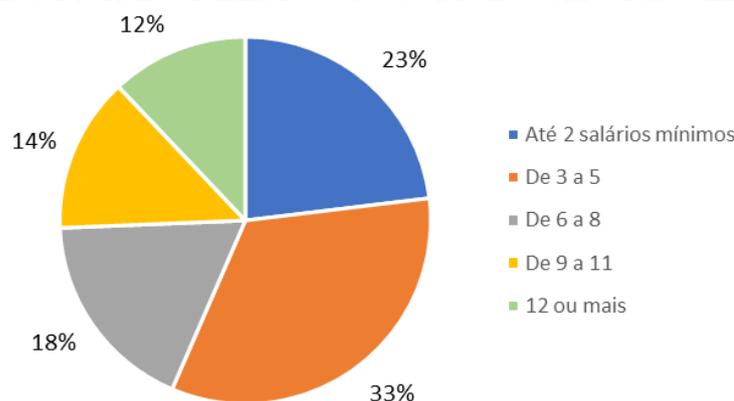


Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

O gráfico acima ressalta que os visitantes de Niterói costumam apresentar formação acadêmica elevada, sendo mais de 55% com ensino superior.

### 4.14 – Renda familiar

**Gráfico 14:** Renda familiar total dos visitantes em salários mínimos



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

O poder aquisitivo dos visitantes da cidade mostra-se bem variado, à medida que a renda em salários mínimos apresentou índices divididos entre diversas faixas etárias. De 3 a 5 salários mínimos representa 33% dos entrevistados, já até 2 salários mínimos aparece em

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

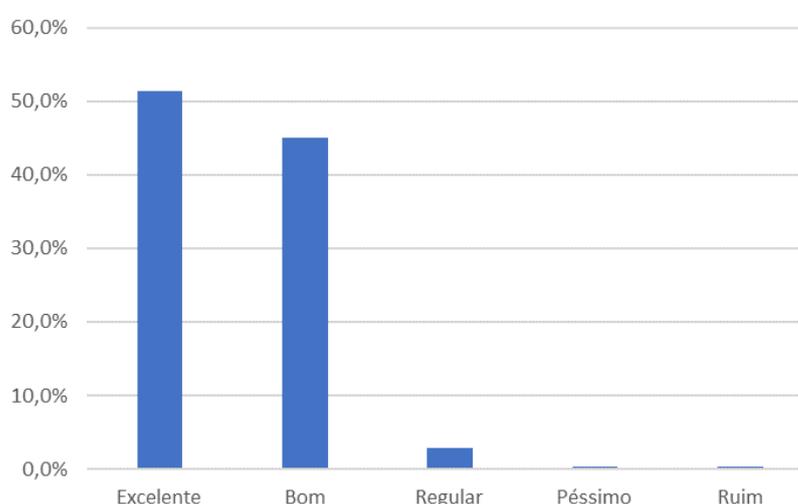
seguida com 23% dos visitantes. As demais faixas de renda representam 18% (de 6 a 8

salários mínimos), 14% (de 9 a 11 salários mínimos) e 12% (12 salários mínimos ou mais).

Mais uma vez um dado que evidencia a diversidade de perfis de visitantes que a cidade recebe, ampliando as possibilidades de ofertas turísticas.

#### 4.15 – Experiência dos Visitantes

**Gráfico 15:** Avaliação da experiência dos visitantes



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

Em relação à avaliação da sua própria experiência, os visitantes de Niterói mostram-se, majoritariamente, satisfeitos, à medida que “excelente” e “bom” juntos somam quase 100% das respostas.

ISSN 2764-5835

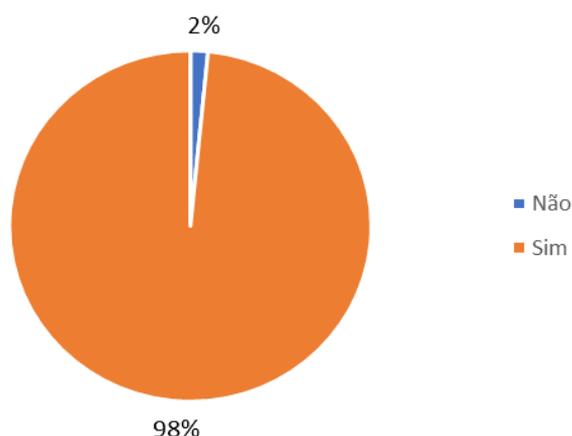
Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

#### 4.16 – Indicação da cidade de Niterói como destino turístico

Gráfico 16 - Indicaria Niterói para amigos e parentes



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói (RJ), 2022

O resultado com relação à satisfação da experiência se reflete diretamente na possível indicação do destino para alguém. Quase 100% dos visitantes entrevistados afirmaram que indicariam Niterói para um amigo ou parente.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos resultados, verificou-se que a maior parte dos visitantes entrevistados são brasileiros oriundos do próprio estado do Rio de Janeiro e não chegam a pernoitar na cidade de Niterói, possivelmente devido à proximidade do local de origem. Foi comum reparar também que boa parte dos turistas vindos de outros estados brasileiros ou de outros países do mundo optam por se hospedarem na cidade do Rio de Janeiro, sendo este o principal destino, enquanto a ida a Niterói, uma visita complementar. Diante disso, pode-se afirmar então, que os visitantes da cidade de Niterói se encaixam, majoritariamente, na categoria de excursionistas.

Nesse sentido, mais de 73% dos visitantes entrevistados não utilizaram hospedagem, comparado com cerca de 14% que se instalaram em casa de amigos e parentes e 6,5% que se hospedaram em hotel. Foi possível observar que a maior parte dos visitantes utilizam carro próprio (44%) como meio de transporte para chegar até Niterói, seguido do uso

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

**Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review**

de ônibus regular (15%), de aplicativos de transportes (14%), barcas (10,7%) e ônibus fretado (5,5%), respectivamente.

Quanto à principal motivação da viagem, quase 50% disseram realizar sua visita em Niterói atraídos por razões de lazer e turismo. Motivos relacionados à visita de família e amigos totalizaram 17,6%, seguido de eventos com 14,6%, negócios com 6,39% e o Museu de Arte Contemporânea (MAC) com 5,35%, evidenciando a relevância do MAC na cidade. Para organização da viagem, quase 40% dos respondentes revelaram terem consultado amigos e parentes como fonte de informação, enquanto 30,38% consultaram fontes da internet. Um pouco mais de 22% afirmaram não terem consultado nenhuma fonte ou já conhecerem a cidade.

Cerca de 59% dos entrevistados já visitaram Niterói 5 vezes ou mais, esse dado mostra que os visitantes tendem a retornar à cidade. Por outro lado, a visita a Niterói ocorreu pela primeira vez para aproximadamente 29% dos visitantes, o que mostra que a cidade também tem atraído novos visitantes, além dos que repetem a visita. Para 78,5% dos visitantes, Niterói foi o principal destino da viagem, em comparação com 21,5% dos visitantes que afirmaram que a cidade fazia parte de uma visita secundária, não sendo o principal destino da viagem.

O público entrevistado foi composto por cerca de 58% de mulheres e 42% de homens, sendo a maior parte tendo faixa etária entre 35 a 44 anos (20,6%), seguido das idades entre 25 a 34 anos (26,5%). Esses percentuais mostram que, em geral, os visitantes da cidade de Niterói são compostos por um público jovem. Já com relação ao estado civil, aproximadamente 56% dos visitantes são solteiros e 36% são casados, evidenciando que Niterói pode investir, estrategicamente, tanto para o público solteiro que viaja com amigos, quanto para casais e famílias.

A visita a Niterói parece atender ou superar as expectativas, à medida que 51% dos respondentes mencionaram uma excelente experiência, seguido de 45% que afirmaram terem tido uma boa experiência, dados que mostram satisfação do público em geral com relação ao tempo que vivenciou a cidade. Essa circunstância satisfatória na percepção dos visitantes se refletiu também no resultado da indicação do destino. Quando perguntados sobre a possibilidade de indicar Niterói a amigos e parentes, um pouco mais de 98% ressaltaram que

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

indicariam.

Os dados coletados e as análises realizadas puderam traçar o perfil dos visitantes da cidade de Niterói, demonstrando como viajam, local de origem, gastos, avaliação da experiência, quais meios de hospedagem, transportes e fonte de informação utilizam, faixa etária e o perfil socioeconômico. Essas informações fortalecem a inteligência do turismo em Niterói, visando o desenvolvimento do setor, o direcionamento da formulação de políticas turísticas e o favorecimento de tomada de decisões adequadas por parte do poder público e privado da cidade.

Até o momento, trata-se de uma pesquisa correspondente aos meses de março, abril, maio, junho e julho de 2022, que ainda se estenderá para outros meses ao longo deste ano, a fim de complementar a coleta de informações e resultados para análises mais aprofundadas sobre o perfil dos visitantes da cidade de Niterói (RJ).

### **Agradecimentos**

Agradecemos à Fundação Euclides da Cunha, à Niterói Empresa de Lazer e Turismo e à Universidade Federal Fluminense em relação ao apoio financeiro e criação do Observatório do Turismo do Município de Niterói. Também agradecemos à equipe técnica responsável por coletar os dados para a pesquisa: Bruna Figueiredo de Jesus, Bruna Teixeira Borges de Oliveira, Karoline Cordeiro e Silva, Carolina Farias Soares, Carollyna Oliveira Terra Pinto, Lívia Einstoss Barbosa Siqueira, Luiza Fernandes de Carvalho, Rhaíssa Silva Oliveira Vaz e Thiago de Carvalho Souza.

**João Evangelista Dias Monteiro:** Doutor em Economia pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor na Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenador no Projeto Observatório do Turismo do Município de Niterói. joaoedm@id.uff.br.

**Laissa Pacheco:** Bacharela em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Mestranda em Turismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Bolsista de Pós Graduação no Projeto Observatório do Turismo do Município de Niterói. laissapacheco@id.uff.br.

**Letícia Cynara Santos-Silva:** Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Mestranda em Turismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenadora do Observatório do Turismo do Maranhão, vinculado à Secretaria de Estado do

ISSN 2764-5835

Recebido: 13.09.2022

Aprovado: 11.12.2022

Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review

Turismo. Colaboradora de Pós Graduação no Projeto Observatório do Turismo do Município de Niterói. leticiacynara@id.uff.br.

## REFERÊNCIAS

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008.** Disponível em: [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf). Acesso em: 20 ago. 2022.

IBGE. **Niterói.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/niteroi/panorama>. Acesso em: 22 ago. 2022.