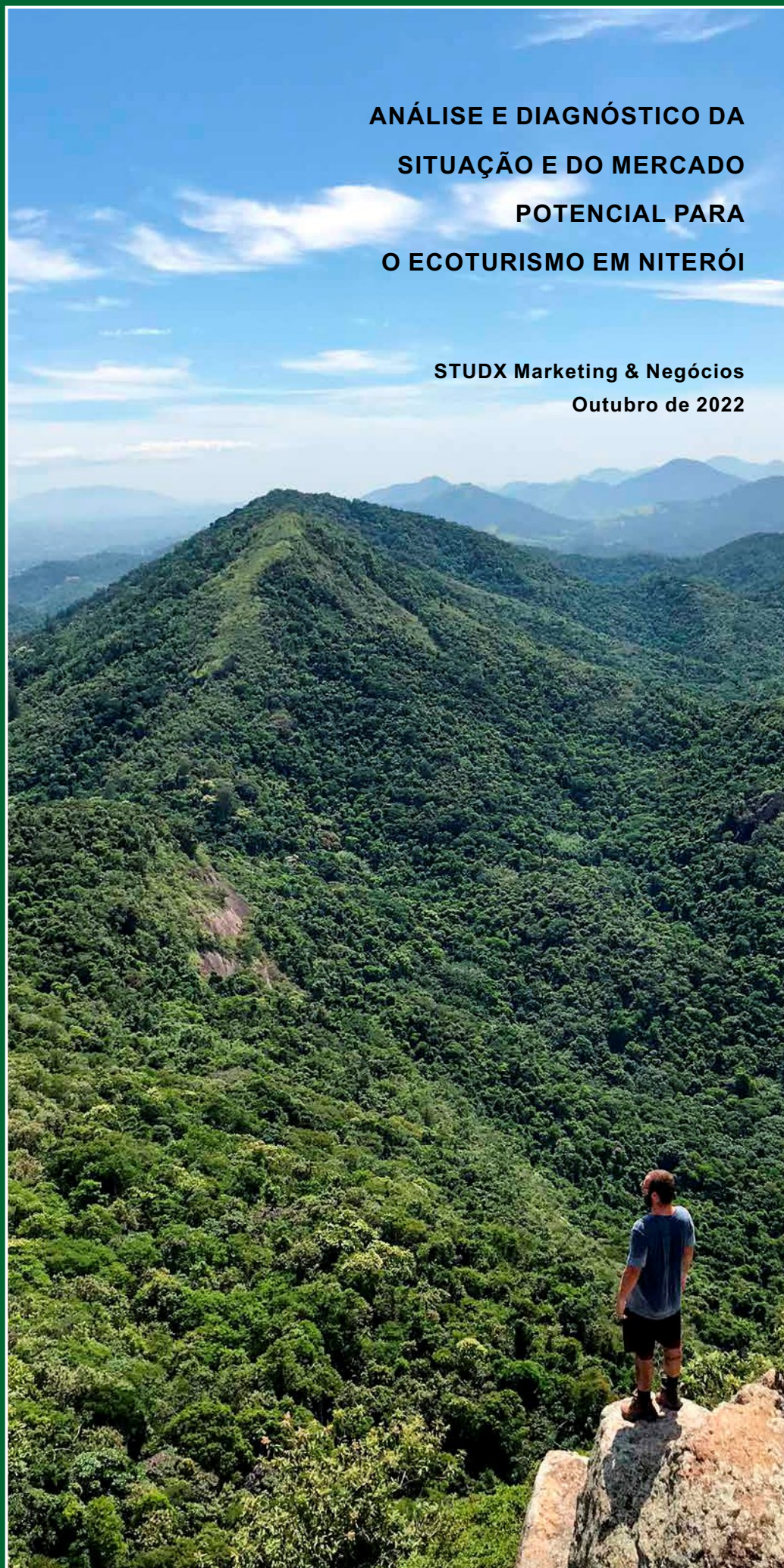


**ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA
SITUAÇÃO E DO MERCADO
POTENCIAL PARA
O ECOTURISMO EM NITERÓI**

**STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022**



ÍNDICE

| | |
|----|--|
| 03 | Introdução |
| 05 | Metodologia |
| 06 | Bibliografia |
| 08 | Ecoturismo no Brasil |
| 16 | Oferta Turística Niterói |
| 17 | • Acesso |
| 20 | • Atrativos Naturais Ecoturismo |
| 25 | • Outros Equipamentos, infraestrutura e serviços |
| 29 | • Empresas de Serviços Turísticos |
| 32 | • Comercialização e Promoção |
| 33 | • Organizações Setoriais |
| 34 | Demanda Turística e Perfil Turista |
| 35 | • Mercados de Origem |
| 39 | • Perfil Sócio Demográfico e Econômico |
| 41 | • Perfil de Compras e Consumo |
| 45 | • Gasto Médio |
| 48 | • Atividades Realizadas |
| 49 | • Motivação |
| 51 | • Grau de Satisfação |
| 53 | • Gastos Viagens Nacionais em 2021 |
| 55 | Matriz SWOT |
| 59 | Posicionamento Niterói X Concorrência |
| 60 | Definição Público Alvo |
| 63 | Estimativa de Potencial de Mercado |
| 64 | Recomendações Finais |
| 66 | Recomendações para Plano de Marketing |

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

INTRODUÇÃO

O presente estudo apresenta a análise e o diagnóstico de situação e de mercado potencial para o ecoturismo em Niterói, primeiro passo para a futura validação de Plano de Marketing que viabilize a potencialidade do turismo de natureza na cidade de Niterói, transformando-a na Cidade do Ecoturismo.

Durante o período de junho a setembro de 2022, foi realizado um levantamento e análise de situação dos equipamentos e infraestrutura para a atividade do ecoturismo na cidade de Niterói, abrangendo:

Acesso: distância dos mercados, infraestrutura de transporte (aeroportos, estradas, portos, sinalização) e serviços de transporte de acesso (aéreo, terrestre, aquaviário), retratando a capacidade disponível e local (táxi, transporte de grupo);

Atrativos naturais para o ecoturismo: importância, proteção e conservação, gestão de visitantes;

Outros equipamentos turísticos, infraestrutura e serviços públicos;

Empresas de serviços turísticos: alojamento, gastronomia, oferta de atividades de lazer, artesanato, guias de turismo, operadores de receptivo;

Comercialização: estruturação de produto, adaptação ao mercado, canais comerciais, instrumentos de promoção;

Organizações setoriais: estrutura, profissionalização e contribuição para a melhoria da oferta de marketing,

Também, foram identificados e analisados perfis e hábitos de compra e consumo de turistas nacionais e internacionais, incluindo:

- Mercados de origem;
- Motivo da viagem;
- Perfil sociodemográfico;
- Perfil socio-econômico;
- Hábitos de compra e consumo: motivação, tempo de permanência, época de viagem, gasto médio, tipo de reserva, meio de transporte, tipo de alojamento, atividades realizadas;
- Grau de satisfação e intenção de retorno.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

INTRODUÇÃO

O inventário e a análise permitiram:

- Diagnóstico dos pontos fortes e fracos, das oportunidades e ameaças para o marketing efetivo do Ecoturismo em Niterói;
- Identificação e definição de público-alvo e estimativa de mercado potencial para as atividades do Ecoturismo em Niterói;
- Posicionamento de Niterói com relação a outros destinos focados no Ecoturismo.

As análises e os diagnósticos apresentados serão os instrumentos base de informações para a estruturação das futuras ações mercadológicas que irão demandar os atrativos e as ofertas de ecoturismo da cidade de Niterói.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

METODOLOGIA

Os dados utilizados para a análise e diagnóstico de situação e mercado potencial para o ecoturismo em Niterói foram levantados em fontes de órgãos oficiais como:

- Ministério do Turismo;
- Ministério da Economia;
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE;
- Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Rio de Janeiro (Prodetur-RJ);
- Universidade Federal Fluminense - UFF;
- Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro – TurisRio;
- Niterói Empresa de Turismo e Lazer – NELTUR;
- Observatório do Turismo de Niterói;
- Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeota);
- Bonito Convention & Visitors Bureau;
- UNIRIO – Universidade Federal do Rio de Janeiro;
- Universidade Federal Fluminense - UFF;
- Universidade de São Paulo - USP

Os diagnósticos aqui apresentados foram elaborados por meio de pesquisa de campo em equipamentos turísticos de Niterói, entrevistas com atores da cadeia turística e ambiental, além de contato on-line e telefônico com empresas do setor.

Quanto aos números apresentados, observou-se a que há carência de bases de dados atuais e detalhadas sobre o perfil e as motivações dos turistas que visitam Niterói. Assim, foram utilizadas informações de diferentes períodos e fontes.

Outro aspecto a ser considerado é o impacto e influência que os efeitos da pandemia COVID 19 tiveram sobre o setor, nos anos de 2020 (*principalmente*) e 2021, inviabilizando que os dados e informações destes anos possam ser analisados sob a mesma ótica e perspectivas de anos anteriores.

Desta maneira, os números, dados e estatísticas apresentados não devem ser encarados de forma absoluta, mas somente em suas ordens de grandeza e de maneira comparativa.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

BIBLIOGRAFIA

Relatório Anual de Pesquisa 2021 – Observatório do Turismo de Niterói

Dados CADASTRUR - Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas do Ministério do Turismo

Ecoturismo: Orientações Básicas – Ministério do Turismo

Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.- Ministério do Turismo / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV)

Guia de Trilhas de Niterói – Prefeitura de Niterói

Inventário da Oferta Turística do Rio de Janeiro (IOT) - Secretaria de Estado de Turismo/ do Estado do Rio de Janeiro / TurisRio,

O Perfil e o impacto econômico do Visitante da Cidade de Niterói durante a Copa do Mundo 2014 – Observatório do Turismo de Niterói

O Perfil dos Turistas da Copa das Confederações Fifa 2013 no Rio de Janeiro – Observatório do Turismo do Rio de Janeiro / Universidade Federal Fluminense (UFF)

Pesquisa de Demanda Turística do Município de Niterói – Observatório do Turismo do Rio de Janeiro

Plano Diretor de Turismo – Prefeitura de Niterói

Relatório de Atendimentos nos Centros de Atendimento ao Turista da NELTUR – Niterói Empresa de Lazer e Turismo

Turismo Náutico em Niterói / Levantamento Documental - Laboratório de Estudos Comportamentais em Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense

Turismo Náutico em Niterói / Mapeamento Da Oferta - Laboratório de Estudos Comportamentais em Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense

Turismo Náutico em Niterói / Nichos Prioritários - Laboratório de Estudos Comportamentais em Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

BIBLIOGRAFIA

Plano Estratégico de Gestão e Marketing do Turismo de Bonito (MS) – Prefeitura de Bonito

Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – Universidade de São Paulo

Anuário Estatístico de Turismo – Ministério do Turismo

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) Turismo (2020 – 2021) – Ministério do Turismo / IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística / Ministério da Economia

Anuário Estatístico do Turismo em Bonito (MS) – Bonito Convention & Visitors Bureau

Plano de Marketing Turístico Estratégico e Operacional dos Polos do Cantão, Jalapão e Palmas - Governo do Estado do Tocantins

Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturista do Brasil - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABEOTA)

Pesquisa dos Meios de Hospedagem de Niterói nas Online Travel Agencies (OTAs) – Observatório do Turismo de Niterói

Manual de Melhores Práticas para o Ecoturismo e Turista Sustentável – Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio)

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

A definição mais aceita de ecoturismo no Brasil é a do Instituto Brasileiro de Turismo (*Embratur*), também utilizada pelo Ministério do Turismo, em que afirma:

O ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural, cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas.

Sob esse enfoque, o ecoturismo caracteriza-se pelo contato com ambientes naturais, pela realização de atividades que possam proporcionar a vivência e o conhecimento da natureza e pela proteção das áreas onde ocorre. Ou seja:

O Ecoturismo assenta-se no tripé: Interpretação, Conservação e Sustentabilidade.

Assim, o ecoturismo pode ser entendido como as atividades turísticas baseadas na relação sustentável com a natureza e as comunidades receptoras, comprometidas com a conservação, a educação ambiental e o desenvolvimento socioeconômico.

O ecoturismo é o segmento turístico que proporcionalmente mais cresce no mundo. Enquanto o turismo convencional cresce 7,5% ao ano, o ecoturismo está crescendo entre 15 a 25% por ano.

A Organização Mundial de Turismo (*OMT*) estima que 10% dos turistas em todo o mundo tenham como demanda o turismo ecológico. O faturamento anual do ecoturismo, a nível mundial, é estimado em US\$ 260 bilhões, com previsões de atingir 333,8 bilhões de dólares até 2027.

Um relatório do US News & World Report listou o Brasil como principal destino de aventura do mundo entre 78 nações. Nos quesitos avaliados, de um total de 100 pontos, o país superou a marca de 80 pontos em categorias como clima, cenário e diversão.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

A posição de destaque confirma o potencial do Brasil - um país de dimensões continentais e com vasta natureza - como um dos principais destinos do ecoturismo no mundo. O crescimento do ecoturismo no Brasil é estimado em 30% ao ano.

- Aproximadamente 10 mil empresas brasileiras são dedicadas ao segmento de ecoturismo;
- Cerca de 1 milhão de brasileiros optam pelo ecoturismo, gerando um faturamento de cerca de 70 milhões de dólares;
- Nos últimos 3 anos, 19 milhões de turistas vieram ao Brasil. Destes, 20% optaram por cenários paradisíacos, riscos em fauna e flora.

Principais Destinos de Ecoturismo no Mundo

O Fórum Econômico Mundial (WEF) classificou 136 nações com base em seus recursos naturais, levando em consideração o número de sítios naturais, o número total de espécies e áreas protegidas e os Patrimônios Mundiais da UNESCO. Os 15 destinos mais bem qualificados para viagens sustentáveis, em experiência de ecoturismo, foram:

Gráfico 1



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

Principais Destinos de Ecoturismo no Brasil

Para determinação dos 25 destinos mais procurados do ecoturismo no Brasil, recorreu-se a uma pesquisa via consulta aos sites de viagem: Booking.com, Hurb, Hoteis.com, Decolar e TripAdvisor.

Esta prática reflete a experiência do usuário na escolha do destino turístico e a efetividade da oferta online (*ser mencionada no mínimo em 3 sites*). A ordem de apresentação abaixo é aleatória, sem nenhuma classificação ou ranking de valor.

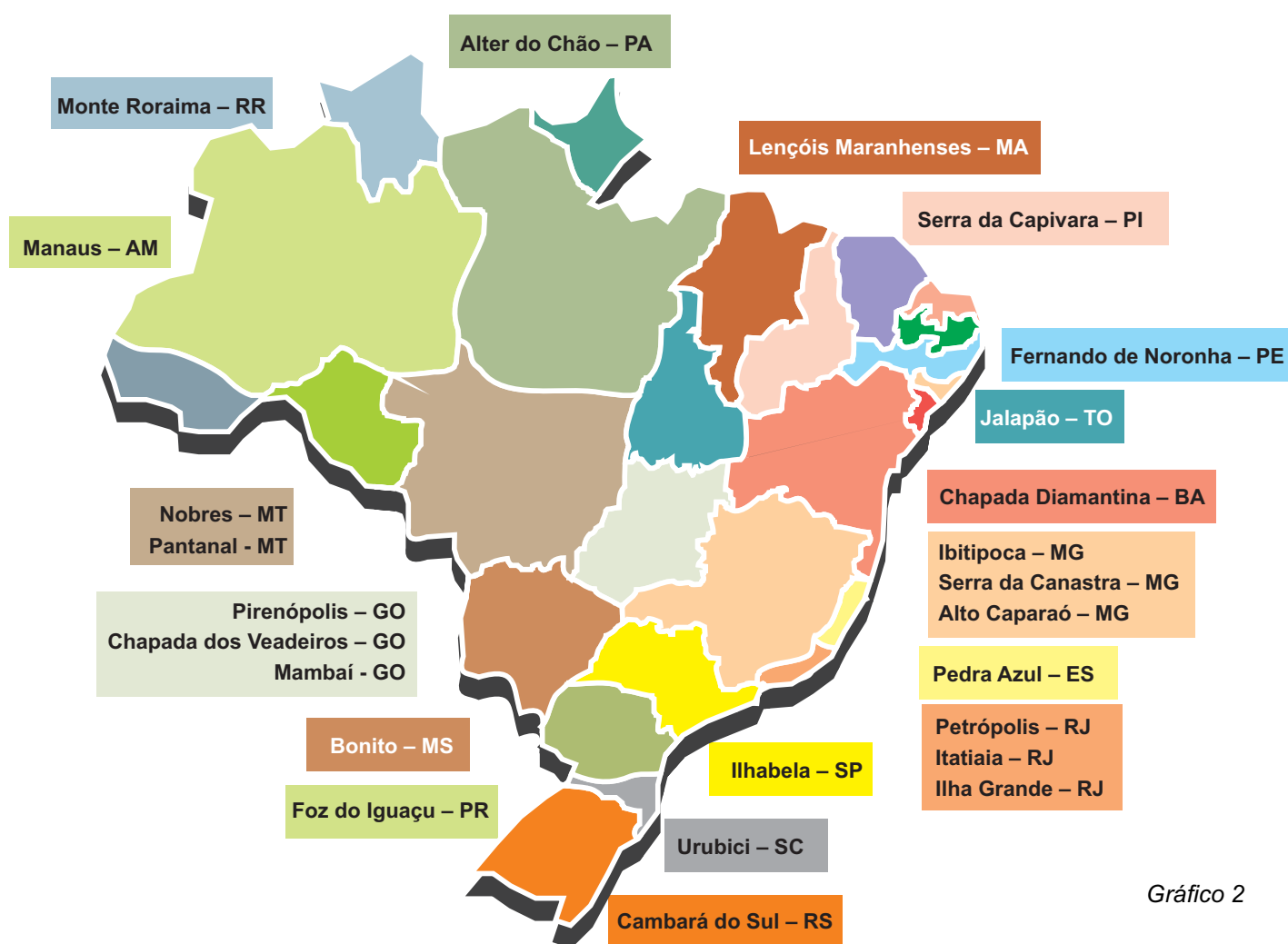


Gráfico 2

Observação:

Mesmo não sendo considerado um Destino Turístico propriamente dito, o Parque Nacional da Tijuca, no Rio de Janeiro, foi a reserva federal mais visitada do país, com 2,9 milhões de pessoas em 2019. Em segundo, aparece o Parque Nacional do Iguaçu, no Paraná, com 2 milhões de visitantes.

ECOTURISMO NO BRASIL

Principais destinos de ecoturismo no Brasil:

Chapada Diamantina – BA

O Parque Nacional da Chapada Diamantina possui cerca de 70 mil hectares e está repleto de paisagens naturais para explorar. Conta com trilhas de diversos níveis de dificuldade e cavernas, lagos subterrâneos e cachoeiras, incluindo a Cachoeira da Fumaça, segunda maior do Brasil com 400m de altura.

Bonito – MS

Considerada a capital do ecoturismo no Brasil, Bonito é um dos passeios mais procurados. Repleto de paisagens deslumbrantes, com grutas que escondem piscinas naturais, trilhas que levam a cachoeiras e lagoas belíssimas. A rede hoteleira de Bonito e a estrutura em si da cidade são muito boas, inclusive, com até resorts de luxo.

Chapada dos Veadeiros – GO

A Chapada dos Veadeiros é considerada Patrimônio Mundial pela UNESCO e está repleta de cânions, cachoeiras, paredões de pedra, rios e piscinas naturais. O Parque Nacional abriga grande parte da diversidade do Pantanal e do Cerrado e é lar de espécies da fauna, como a onça pintada, que se encontra bastante ameaçada.

Fernando de Noronha – PE

Fernando de Noronha é um dos destinos com algumas das praias mais bonitas do mundo, como a famosa Praia do Sancho. O que torna Fernando de Noronha um dos polos de ecoturismo no Brasil é que lá se incentiva muito a educação ambiental através das áreas de preservação e da atuação de projetos como o consagrado Projeto Tamar.

Lençóis Maranhenses – MA

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses é lar de um ecossistema único, formado por mangues, praias, rios, além da fauna e da flora de três biomas brasileiros muito importantes, o amazônico, caatinga e cerrado. Existem diversos circuitos para percorrer no Parque, como o da Lagoa Azul e da Lagoa Bonita.

Jalapão – TO

O Parque Estadual do Jalapão é famoso pelas cachoeiras e os fervedouros, como o Buritizinho e da Bela Vista. Além disso, uma viagem para o Jalapão pode incluir diferentes atividades de ecoturismo, como *rafting*, *trekking* e canoagem.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

Principais destinos de ecoturismo no Brasil (cont):

Monte Roraima – RR

No extremo norte de Roraima, o Monte Roraima é um dos pontos mais altos do Brasil, a cerca de 2734m de altitude. O monte fica dentro de um parque nacional e é uma formação rochosa muito curiosa, que mais parece que foi cortada e esculpida à mão. A ida até o Monte Roraima leva de 6 a 10 dias e é um *trekking* perfeito para quem quer se desconectar total do mundo moderno e mergulhar na natureza.

Manaus – AM

A capital do Amazonas é também a porta de entrada para a Floresta Amazônica, o ecossistema mais rico do planeta e grande destino do ecoturismo no Brasil. Através de passeios subindo o Rio Amazonas, o turista se depara com grutas, cachoeiras, praias e aldeias.

Ilhabela – SP

Ilhabela é na verdade um arquipélago de 15 ilhas, 40 praias e muitas cachoeiras em meio a Mata Atlântica. Ilhabela conta com uma excelente infraestrutura para o turismo, oferecendo ótimas opções de restaurantes e hospedagem.

Itatiaia – RJ

O Parque Nacional do Itatiaia, a unidade de conservação mais antiga do país, está a apenas duas horas de distância da capital fluminense. O Parque é perfeito para quem gosta de *trekking* e montanhismo, pois existem várias trilhas em meio à Serra da Mantiqueira para percorrer alguns dos picos mais altos do Brasil, incluindo o Pico das Agulhas Negras.

Urubici – SC

A cerca de 3 horas de Florianópolis, Urubici é um destino que tem atraído cada vez mais a atenção dos brasileiros, oferecendo diversos tipos de ecoturismo, como rapel, arvorismo e passeios de canoa. O lugar oferece cachoeiras com mais de 80m de altura e cânions com vistas deslumbrantes.

Petrópolis – RJ

A cidade imperial é um dos polos do ecoturismo no Brasil, especialmente por causa da famosa travessia do Parque Nacional da Serra dos Órgãos. Mas a cidade vai muito além disso e proporciona passeios variados para se aproveitar a natureza.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

Principais destinos de ecoturismo no Brasil (cont):

Cambará do Sul – RS

Cambará do Sul é lar de cenários incríveis por causa de seus cânions. A região abriga também dois parques naturais: o Parque Nacional de Aparados da Serra e o Parque Nacional da Serra Geral, ambos com trilhas que levam a cachoeiras e várias outras jóias naturais.

Ibitipoca – MG

Ibitipoca é um dos destinos de ecoturismo no Brasil mais procurados. O Parque Estadual é repleto de trilhas que levam a grutas, cachoeiras e mirantes incluindo a Janela do Céu, a trilha mais famosa do parque.

Serra da Canastra – MG

O Parque Nacional da Serra da Canastra é um dos mais importantes do país. É lá que se encontra a nascente do Rio São Francisco e a Casca d'Anta, cachoeira com 186m de altura. Além disso, a região é famosa pelas suas fazendas que produzem o famoso queijo da canastra.

Foz do Iguaçu – PR

A terra das Cataratas do Iguaçu é um destino repleto de opções de ecoturismo no Brasil. O Parque Nacional do Iguaçu possui diversas trilhas, passeios de caiaque e de bicicleta para descobrir suas belezas naturais. Tem a facilidade de possuir um aeroporto internacional e uma ótima infraestrutura hoteleira e de serviços.

Alto Caparaó – MG

No Parque Nacional do Caparaó encontramos o Pico da Bandeira, o terceiro maior do país e muito procurado pelos amantes da natureza e do turismo de aventura. A trilha até o topo é longa, cerca de 8h no total, no caminho, os ecoturistas encontram diversas cachoeiras e piscinas naturais.

Alter do Chão – PA

As inúmeras ilhas de Alter do Chão e as praias formadas ao longo do Rio Tapajós são um dos grandes destinos de ecoturismo no Brasil. O local pode ser visitado durante todo o ano, já que no período da vazante do Rio Tapajós é possível aproveitar as praias e durante a cheia é possível pegar um barco e explorar as redondezas

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

Principais destinos de ecoturismo no Brasil (cont):

Nobres – MT

A 124km de Cuiabá, Nobres é um destino mais pacato, no mesmo estilo de Bonito em Mato Grosso. A região é marcada por rios de águas transparentes e natureza intocada. Tem pouca infraestrutura e suas atrações principais são os mergulhos de snorkel nas piscinas naturais.

Ilha Grande – RJ

A Ilha Grande é um destino muito procurado de ecoturismo, onde não faltam opções de praias, das mais badaladas às mais desertas. No entanto, existe muito mais para ser visto e feito por lá: mergulhos, trilhas e passeios de canoa são atividades que devem entrar no roteiro.

Pantanal – MT

O Pantanal é um dos ecossistemas mais ricos e se estende por cerca de 250 mil km e diversas cidades se desenvolvem ao seu longo. Fauna e flora bem diversificadas são suas principais marcas. Muitos turistas vão para a região em busca de atividades como trekking, cavalgadas, passeios de barco e safaris fotográficos.

Pirenópolis – GO

Na região, é possível encontrar parques com diversas cachoeiras e paredões rochosos que são um convite para trilhas, rapel e passeios a cavalo. Além disso, durante a cheia do Rio Corumbá, Pirenópolis é muito procurada pelos amantes do rafting.

Pedra Azul – ES

O Parque Estadual da Pedra Azul está entre os grandes destinos de ecoturismo no Brasil e ele é composto por duas trilhas principais que passam por lugares maravilhosos da Mata Atlântica. Apenas 100 visitantes podem entrar no parque por dia.

Mambaí – GO

Pequena cidade, distante 315km de Brasília e quase na fronteira entre Goiás e Bahia, Mambaí é uma localidade simples e com um ar rústico e sem muitas opções de hospedagem. Porém, a cidade está rodeada por paisagens naturais belíssimas do nosso cerrado, cheia de cachoeiras, cânions e cavernas.

Serra da Capivara – PI

O Parque Nacional da Serra da Capivara é um verdadeiro sítio arqueológico a céu aberto e paraíso para os amantes do ecoturismo. Contém diversos circuitos com diversos níveis de dificuldade, onde se encontram diversos vestígios arqueológicos.

Elaborado para:



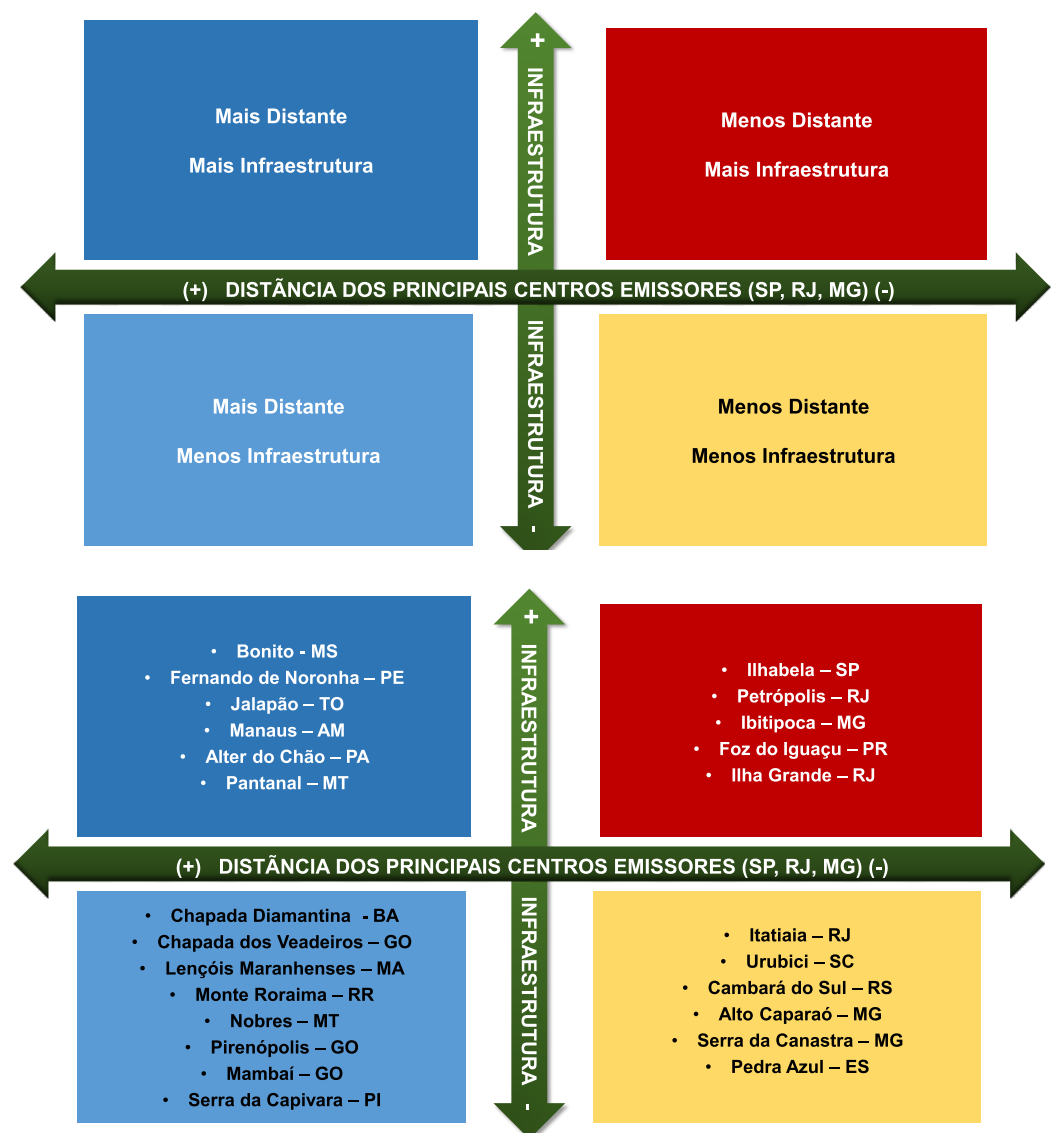
STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ECOTURISMO NO BRASIL

Para propor uma classificação sistêmica aos Destinos apresentados, foi criada uma matriz, levando em conta duas dimensões de grande importância no momento de escolha do Destino pelo visitante: DISTÂNCIA (no caso, dos maiores centros emissores de turistas no Brasil, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais) e INFRAESTRUTURA (acesso, variedade de tipos de alojamento, oferta gastronômica, atrações complementares, serviços gerais, etc.).

Desta maneira, foi possível dividir os Destinos em quatro grupos, a seguir:

- **Menos Distantes e com Mais Infraestrutura**
- **Menos Distantes e com Menos Infraestrutura**
- **Mais Distantes e com Mais Infraestrutura**
- **Mais Distantes e com Menos Infraestrutura**



OFERTA TURÍSTICA NITERÓI

Acesso

Atrativos Naturais Ecoturismo

Outros Equipamentos, infraestrutura e serviços

Empresas de Serviços Turísticos

Comercialização e Promoção

Organizações Setoriais



ACESSO

Niterói fica a 13 quilômetros da cidade do Rio de Janeiro. Localiza-se na faixa oriental da Baía de Guanabara e possui limites com o município de São Gonçalo ao norte, Maricá a leste, o Oceano Atlântico ao sul e a Baía de Guanabara a oeste.

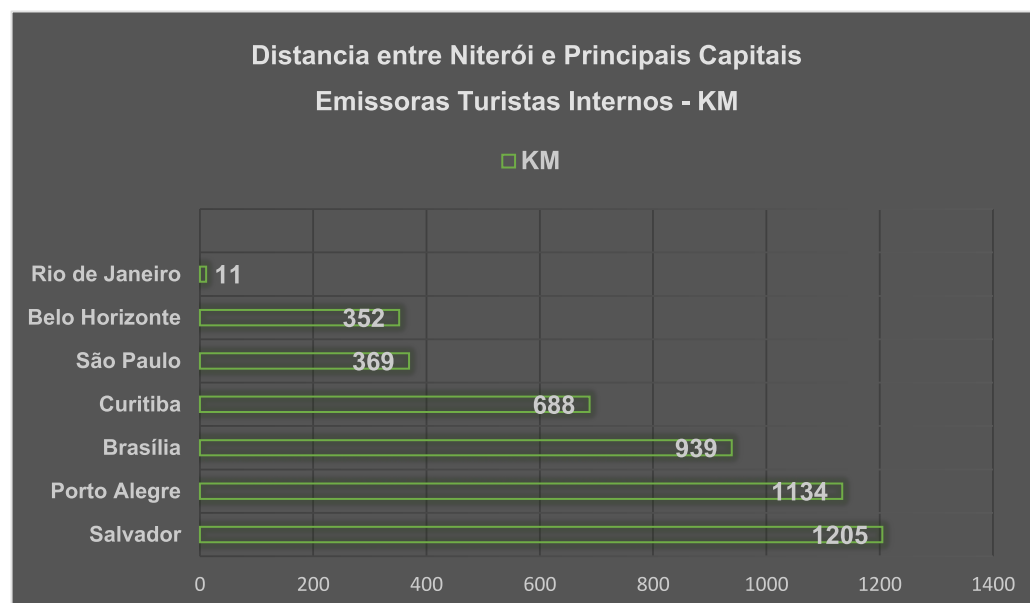
Em termos de acesso, existe a possibilidade de entrada pela ponte Rio-Niterói, que interliga a cidade ao Rio de Janeiro por sistema de transporte rodoviário ou pela Baía de Guanabara, por meio do sistema de transporte marítimo, via barcas. Os outros acessos são pelas cidades limítrofes: São Gonçalo e Maricá.

Nesta questão, foram analisadas as seguintes variáveis:

- Acesso aéreo;
- Acesso rodoviário;
- Acesso aquaviário;
- Acesso ferroviário;
- Sistema de transporte no destino;
- Proximidade de grandes centros emissivos de turistas.

Distancia de Niterói das capitais dos estados líderes na emissão de turistas no Brasil

Niterói possui posição privilegiada no tocante a logística e mobilidade urbana, situada em posição estratégica na margem leste da Baía de Guanabara, ao lado da cidade do Rio de Janeiro, segundo maior polo industrial do Brasil. Niterói também fica próximo às duas maiores regiões produtoras de petróleo do Brasil, a Bacia de Campos e a Bacia de Santos.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

Gráfico 4

ACESSO

Transporte Aquaviário

Atravessia marítima entre Niterói e o município do Rio de Janeiro é feita por duas rotas, ambas tendo como destino a estação carioca da Praça 15 de novembro. As estações, em Niterói, localizam-se na Praça Arariboia, no Centro, e no bairro de Charitas. A travessia entre a Praça Arariboia e a Praça 15 de Novembro é feita por barcas de grande porte, com capacidade para até 2.000 passageiros, num trajeto que dura cerca de vinte minutos.

Transporte Aéreo

Niterói não conta com aeroporto ou heliporto público, embora conte com helipontos particulares. Os passageiros e cargas são atendidos pelos aeroportos da Cidade do Rio de Janeiro, em destaque o Aeroporto Internacional Tom Jobim e o Aeroporto Santos Dumont, distantes não mais que 30 e 15 minutos respectivamente de automóvel a partir do Centro, embora o vizinho município de Maricá sirva também com um pequeno aeroporto para aviação geral e serviços de reparo.

Taxi e Aplicativos

Estima-se a existência de 2.500 taxistas em Niterói e cerca de 4.300 motoristas de aplicativos, segundo a Associação Intermunicipal dos Motoristas por Aplicativo (AIMAP).

Transportes Turísticos

Foram encontrados pelo Índice de Oferta Turística do Rio de Janeiro (*IOT-RJ*), 26 estabelecimentos de prestação de serviços de transporte turístico. As transportadoras turísticas e similares correspondem a 46,1 % do total dos transportes turísticos pesquisadas, em Niterói. As locadoras representam 34,6% e outros tipos de transportes contabilizam 19,3%,



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ACESSO

Diagnóstico

Os pontos positivos de Niterói quanto ao seu acesso são: a disponibilidade e proximidade de dois aeroportos no município limítrofe, acesso ferroviário e rodoviário a todo o interior do estado, a existência de um terminal rodoviário e a cobertura de transportes públicos na rodoviária. A estrutura do terminal aquaviário para o atendimento ao fluxo turístico, bem como a oferta de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino, também contribuem favoravelmente.

Entre os aspectos a serem melhorados, estão a ausência de um aeroporto dentro do território municipal, a existência de congestionamentos em qualquer época do ano, a carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas.

Pontos positivos:

- Proximidade de 2 aeroportos
- Acesso rodoviário, ferroviário e aquaviário
- Cobertura de transportes públicos na Rodoviária
- Linha regular de transporte turístico

Pontos a serem melhorados:

- Ausência de aeroporto no município
- Congestionamentos
- Falta de vagas para estacionamento nas áreas turísticas

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ATRATIVOS NATURAIS PARA O ECOTURISMO

No estado Rio de Janeiro a cidade de Niterói é o terceiro destino que recebe mais visitantes, ficando somente atrás da Cidade do Rio de Janeiro e do balneário de Búzios. A cidade possui uma oferta turística expressiva: belezas naturais, patrimônios históricos, o segundo maior conjunto mundial de obras do arquiteto Oscar Niemeyer, gastronomia diversificada de qualidade, cervejarias artesanais premiadas, o maior contínuo de fortes e fortalezas do Brasil, além de ter a melhor vista da cidade do Rio de Janeiro e da Baía da Guanabara.

No que diz respeito ao ecoturismo, Niterói conta com paisagens exuberantes e mais de 50% de seu território preservado por meio de um decreto municipal. Neste cenário, existem 45 trilhas, a maioria localizada em unidades de conservação, como o Parque Natural Municipal de Niterói (PARNIT), Parque Estadual da Serra da Tiririca (PESET) e Reserva Ecológica Darcy Ribeiro. No Parque da Cidade, por exemplo, existe uma rede de 14 quilômetros de trilhas sinalizadas. O município conta, ainda, com trilhas em parques urbanos, como o Horto do Fonseca.

Atualmente, a Rede de Trilhas de Niterói está entre as melhores do Brasil. O município possui trilhas de longo curso (TLC), que são pertencentes à Rede Brasileira de Trilhas (Portaria 407/2018). Há opções para *trekking*, escalada, *mountain bike* e para prática da educação ambiental.

Trata-se de um expressivo capital natural, um potencial para o ecoturismo que, cada vez mais, se apresenta como oportunidade de preservação e de geração de emprego e renda.

Em 2020, foi instituído o Sistema de Sinalização de Trilhas de Niterói (NITTRILHAS) para auxiliar a orientação dos usuários nos trajetos. No mesmo ano, foi lançado o Guia de Trilhas de Niterói, produto que contempla as 45 trilhas, que foram listadas de acordo com a metodologia FEMERJ. A ferramenta está disponível nas versões impressa e online, em que o usuário tem informações geo referenciadas, que potencializam o uso público das áreas protegidas da cidade.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022



ATRATIVOS NATURAIS PARA O ECOTURISMO

Relação Trilhas Niterói (*Local/Tipo de Trilha*)

- **Caminho do Horto do Fonseca** (*Fonseca/Leve*)
- **Trilha das Ruínas da Chácara Do Vintem** (*Fátima/Leve*)
- **Trilha da Pedra de Santo Inácio** (*Charitas - Maceió / Moderado*)
- **Trilha dos Blocos** (*São Francisco/Leve Superior*)
- **Trilha do Bosque dos Eucaliptos** (*Charitas/Leve*)
- **Trilha do Campinho** (*Charitas/Leve*)
- **Trilha dos Platôs** (*Charitas–Cafubá/Leve*)
- **Travessia Waimea** (*Charitas–Piratininga/Moderado*)
- **Travessia da Velocidade** (*Charitas–Cafubá/Leve*)
- **Trilha Colonial** (*Charitas–Cafubá/Leve*)
- **Trilha dos Mirantes da Pedra Quebrada** (*Charitas–Piratininga/Leve*)
- **Circuito Temiminó** (*Charitas–Cafubá/Moderado*)
- **Travessia São Francisco X Cafubá** (*São Francisco – Piratininga–Cafubá/Moderado*)
- **Travessia Tupinambá** (*São Francisco – Charitas – Piratininga–Jardim Imbui/Moderado*)
- **Trilha do Cafubá** (*Charitas–Cafubá/Leve Superior*)
- **Trilha dos Mirantes do Cunhambebe e da Tapera** (*Jardim Imbuí/Leve Superior*)
- **Trilha dos Mirantes da Lagoa** (*Piratininga/Leve*)
- **Trilha da Ilha do Pontal** (*Piratininga/Leve*)
- **Trilha do Zé Mondrongo** (*Piratininga – Jardim Imbuí / Leve Superior*)
- **Trilha da Ilha do Veado** (*Piratininga/Leve Superior*)



ATRATIVOS NATURAIS PARA O ECOTURISMO

Relação Trilhas Niterói (Local/Tipo de Trilha)

- Trilha da Prainha (Trajeto Aquático)
- Circuito da Lage (Trajeto Aquático)
- Trilha da Furna do Mero (Trajeto Aquático)
- Trilha da Tartaruga (Trajeto Aquático)
- Circuito da Ilha da Menina (Trajeto Aquático)
- Circuito da Ilha da Mãe (Trajeto Aquático)
- Circuito da Ilha do Pai (Trajeto Aquático)
- Trilha da Ponta das Andorinhas (Trajeto Aquático)
- Rota Charles Darwin (Longo Curso)



ATRATIVOS NATURAIS ECOTURISMO

Outros produtos potenciais ecoturismo

No âmbito do ecoturismo observa-se a possibilidade de desenvolvimento de uma grande variedade de atividades. Caracterizam-se pela relação com a natureza, seja com a fauna, a flora, as formações rochosas, as paisagens, os espetáculos naturais extraordinários, e até mesmo vários deles ou todos ao mesmo tempo. O turista pode realizar uma trilha buscando conhecer a flora de uma região e ao mesmo tempo observar os animais que encontra pelo caminho, apreciar as paisagens naturais e aprofundar seus conhecimentos sobre a região como um todo por meio da interpretação ambiental realizada por um guia local.

- Observação de fauna
- Observação da Flora
- Observação de formação geológicas
- Visitas a cavernas (*espeleoturismo*)
- Observação astronômica
- Mergulho Livre
- Caminhadas
- Trilhas interpretativas
- Safaris fotográficos

Observação de Baleias

A Niterói Empresa de Lazer e Turismo – Neltur - está implementando um programa de ecoturismo para monitor as baleias Jubarte que passam todos os anos pelo litoral niteroiense. O programa conta com o apoio do Projeto Amigos da Jubarte, que promove cursos de capacitação e atividades de educação socioambiental, além do fomento ao turismo responsável na região.

Anualmente, mais 20 mil baleias Jubarte costumam passar pela costa fluminense entre os meses de junho e novembro para a sua reprodução.

As atividades do Ecoturismo de Observações de Baleia crescem 10% ao ano no mundo inteiro. O resultado é a geração de uma receita anual de aproximadamente US\$2 bilhões distribuídos por 40 países.

Gestão de Visitantes

Existem 7 Centros de Atendimento ao Turista (CAT), com atendimento presencial, sobre os atrativos e serviços turísticos de Niterói.

Em 2021, os CATs atenderam 12.875 pessoas.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ATRATIVOS NATURAIS ECOTURISMO

Diagnóstico

Niterói é muito bem avaliada nesta questão pela existência de grande número de atrativos naturais para o ecoturismo, para os quais há fluxo turístico e pela preocupação com a preservação ambiental no entorno do atrativo natural. Também é avaliada positivamente sua estrutura de apoio aos turistas e visitantes. Apesar dos aspectos positivos, a estrutura disponível em alguns atrativos naturais e o não cumprimento de aspectos de acessibilidade são alguns dos fatores que precisam ser trabalhados para que haja melhora.

Pontos positivos

- **Existência de trilhas catalogadas**
- **50% de áreas verdes e preservadas**
- **Apoio ao turista**
- **Foco Administração Pública no ecoturismo**
- **Novos produtos de ecoturismo (Observação Baleias)**

Pontos a serem melhorados

- **Infra estrutura dos atrativos**
- **Acessibilidade**

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

OUTROS EQUIPAMENTOS, INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

Niterói possui 11 quilômetros de praia, sendo cinco praias oceânicas (*Itacoatiara, Camboinhas, Piratininga, Itaipu, do Sossego*) e nove praias da Baía de Guanabara (*Gragoatá, Boa Viagem, das Flechas, Icaraí, São Francisco, Charitas, Jurujuba, Adão e Eva*). Fazem ainda parte de seu território as ilhas litorâneas e oceânicas. As litorâneas estão localizadas na Baía de Guanabara: Mocanguê Grande, Mocanguê Pequeno, Boa Viagem, Caju, Santa Cruz e Viana. As oceânicas são: Da Menina, Do Pai e Da Mãe.

Niterói apresenta uma média de 65% de seus dias ensolarados. Somando esta questão meteorológica à vantagem de suas praias banhadas pelo Oceano Atlântico, há o favorecimento para, além do ecoturismo, se praticar o turismo de sol e praia, de esportes, de aventura, de pesca e náutico. Niterói é conhecida como a capital brasileira da vela, possuindo iates clubes, marinas, clubes de canoagem e toda estrutura para as embarcações, o que propicia condições especiais ao turismo náutico.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

Gráfico 5 - Atrativos Turísticos Niterói

OUTROS EQUIPAMENTOS, INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

Além de suas belezas naturais, Niterói oferece, também, equipamentos para o Turismo Cultural, como:

Museu de Arte Contemporânea (MAC)

O Museu de Arte Contemporânea (MAC) é o símbolo da cidade de Niterói. A forma futurista criada por Oscar Niemeyer tornou-se um marco da arquitetura moderna mundial, sendo considerada uma das sete maravilhas do Mundo em museus pela mídia especializada. O MAC abriga a Coleção João Sattamini, uma das mais importantes coleções de arte contemporânea do país.

Caminho Niemeyer

O Caminho Niemeyer é um conjunto de equipamentos e um centro cultural de grande valor arquitetônico projetados pelo renomado arquiteto Oscar Niemeyer, nos bairros litorâneos na cidade de Niterói. O complexo de obras se estende por 11 km de extensão ao longo da orla da cidade, desde a Praça do Povo no Centro de Niterói, até a Estação do Catamarã no bairro de Charitas.

Complexo dos Fortes

Niterói abriga o maior complexo de Fortes da América Latina: Fortaleza de Santa Cruz, Barão do Rio Branco, Forte Imbuí, Forte São Luís e do Pico, Forte de Gragoatá e Forte de Boa Viagem (*ruínas*). Atualmente só não é possível visitar o Forte de Boa Viagem e o de Gragoatá. Um passeio que une a história do país a belezas naturais e arquitetônicas, fortificações militares e paisagens.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

OUTROS EQUIPAMENTOS, INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

Museus e Espaços Culturais

- Museu Antonio Parreira
- Solar do Jambuí
- Museu de Arqueologia de Itaipu – Mai
- Museu do Ingá
- Museu de Arte Sacra
- Museu Janete Costa de Arte Popular
- Museu da Justiça – Centro Cultural do Judiciário
- Casa da Descoberta
- Enterprise – Museu de Tecnologia
- Mirante do Zulu – Museu de Arte
- Palacete da Condessa
- Mosaico do Lugar – Escadaria de Charitas (Museu Ao Ar Livre)
- Casa de Oliveira Vianna
- Museu Filatélico Numismático Brasileiro
- Palácio São Domingos
- Museu Petrobras de Cinema
- Centro de Estudos Afro Brasileiro Ironides Rodrigues
- Galeria Urbana de Niterói
- Palácio Euclides da Cunhaísticas.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

OUTROS EQUIPAMENTOS, INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

Infraestrutura

Niterói oferece ao turista serviço de atendimento médico de emergência 24 horas com diferentes níveis de complexidade de atendimento, fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada, Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento, existência de Defesa Civil, elementos de drenagem nas áreas turísticas e pela presença de órgão responsável pela conservação urbana.

Pode-se citar ainda a oferta de lixeiras e abrigos de ônibus no entorno das áreas turísticas, a adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas e o estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas.

Através do Centro Integrado de Segurança Pública (CISP), Niterói tem hoje monitoramento durante 24 horas integrando as forças de segurança em tempo real. A Prefeitura de Niterói disponibiliza 522 câmeras de monitoramento, além de 10 portais de segurança e das 70 câmeras de inteligência artificial que fazem o cercamento eletrônico. O Centro é operado por guardas municipais treinados.

Diagnóstico

Niterói exhibe um vasto leque de possibilidades ao turistas, bem como um patrimônio artístico e cultural bem estruturado, com grande oferta de atrativos, patrimônios históricos e sítios arqueológicos.

Entre os fatores que necessitam serem aprimorados, na questão de Infraestrutura, estão o a ausência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil. Outros quesitos também considerados foram a ausência de banheiros públicos nas áreas no entorno das áreas turísticas.

Pontos Positivos

- **Vasta oferta de atrações turísticas, culturais e de lazer**
- **Atendimento Médico 24 h**
- **Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada**
- **Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento,**
- **Bom estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas.**

Pontos a serem melhorados

- **Ausência de programas de proteção ao turista (Delegacia Turista)**
- **Ausência de banheiros públicos no entorno das atrações turísticas**

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

EMPRESAS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

De acordo com as informações da Niterói Empresa de Lazer e Turismo - NELTUR, e dos dados disponíveis no CADASTUR, do Ministério do Turismo do Brasil, o trade turístico de Niterói é composto por empresas distribuídas nas seguintes segmentos: atrativos, agência de turismo, associações, guias de turismo, órgãos públicos, restaurantes, hotéis, entre outros.

Alojamento

O Observatório de Turismo de Niterói, em pesquisa realizada nos maiores sites e aplicativos de viagens (*Booking.com, Hurb, Hoteis.com, Decolar e TripAdvisor*) identificou a existência de 123 locais de hospedagem em Niterói, entre Hotéis, Pousadas e Hostels.

Verificou-se que a média diária dos meses analisados teve seu menor valor em novembro de 2021 (R\$ 246,31) e o seu maior valor em abril de 2022 (R\$ 298,40). A diária média do município de Niterói permaneceu acima de R\$ 240,00 nos últimos 7 meses.

Gastronomia

Segundo o Inventário da Oferta Turística do Rio de Janeiro (IOT-RJ), foram levantados em Niterói 308 serviços e equipamentos de alimentação. A predominância é de restaurantes, seguidos de bares, lanchonetes, quiosques de praias, cafeterias, confeitarias/padarias e doçarias, por último, as sorveterias. Considerou-se nos itens confeitarias/padarias e doçarias, as localizadas próximas às áreas turísticas.

- 187 Restaurantes
- 44 Bares
- 28 Lancheonetes
- 17 Cafeterias
- 13 Confeitarias / Padarias
- 26 Quiosques

A culinária, presente no maior número de estabelecimentos, é a brasileira com 51 indicações. Seguida pela italiana, com 25 indicações e a japonesa, com 18 indicações. As outras cozinhas tiveram abaixo de 10 indicações, sendo a portuguesa, apontada em nove respostas.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

EMPRESAS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

Agências de Turismo

Ainda, segundo o Inventário da Oferta Turística do Rio de Janeiro (*TurisRio, 2018*), foram pesquisados 107 serviços e equipamentos de agenciamento de turismo, entre elas 88 são agências de viagem, 12 são agências de receptivo, cinco são operadoras de turismo, uma se classifica como agência consolidadora e uma é corretora de câmbio.

Entre os serviços prestados pelas agências de turismo de Niterói, estão a venda de pacotes turísticos e meios de hospedagem, bilhetes aéreos e seguros de viagens. Há ainda a prestação de serviços de traslados, passeios, visitas e locação de automóvel.

Transportes Turísticos

Foram encontrados pelo IOT-RJ 26 estabelecimentos de prestação de serviços de transporte turístico. As transportadoras turísticas e similares correspondem a 46,1 % do total dos transportes turísticos pesquisadas, em Niterói. As locadoras representam 34,6% e outros tipos de transportes contabilizam 19,3%,

Espaços para Eventos

Em Niterói não há um Centro de Convenções e Feiras ou um Parque ou Pavilhão para eventos. Auditórios estão presentes nos hotéis, universidades, em alguns equipamentos culturais e organizações privadas.

Artesanato

As Feiras de Artesanato são uma tradição em Niterói, um patrimônio cultural da cidade. As feiras ocorrem no Campo de São Bento, na Praça César Tinoco no Ingá, na Orla de São Francisco, na Praça Getúlio Vargas em Icaraí e na Praça Zumbi, no Gragoatá. Além da grande variedade de produtos e opções de gastronomia, no mês de setembro, as feiras contam com uma vasta programação artística como: teatro infantil e contação de histórias. Os eventos são gratuitos para toda a família.

Guias de turismo

Segundo o CADASTRUR, existem 31 prestadores de serviços turísticos e 456 Guias Turísticos cadastrados em Niterói.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

EMPRESAS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

Diagnóstico

Niterói oferece boa cobertura de locais de hospedagem, com diversos tipos de serviços e valores, uma gastronomia diversificada para todos os gostos e uma série de serviços que atendem satisfatoriamente o turista. A ser melhorado, o foco quase exclusivo da indústria hoteleira no cliente empresarial.

Pontos positivos

- **Serviços de alojamento para todos os tipos de turistas**
- **Gastronomia ampla e diversificada**

Pontos a serem melhorados

- **Hotelaria com foco no cliente empresarial**

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

COMERCIALIZAÇÃO E PROMOÇÃO PRODUTO TURÍSTICO

Para se avaliar os esforços na comercialização e promoção do produto Turístico Niterói, foram considerados os seguintes pontos:

- A existência ou não de um Plano de Marketing, com estratégias, valores e metas a serem alcançadas;
- A participação em feiras e eventos do setor turístico
- A promoção do destino Niterói
- Página de destino na internet (website)

Diagnóstico

Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esta análise estão a participação contínua e institucionalizada em feiras e eventos do setor de turismo. Além disso, a NELTUR avalia os resultados dos eventos de turismo dos quais participa para promover Niterói e possui material promocional institucional, disponível em idiomas estrangeiros, além da existência da página institucional na internet com informações turísticas sobre o destino.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado de Niterói na questão do Marketing e Promoção, estão a inexistência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisas sobre a demanda turística, com orçamento e planejamento definidos e com indicadores de desempenho e a ausência de uma oferta de produto (*principalmente no que diz respeito ao ecoturismo*) integrada com os diversos agentes da cadeia produtiva do setor (*hotéis, meios de transportes, serviços, guias, etc*).

Pontos positivos

- **Participação em feiras e eventos**
- **Ação NELTUR**
- **Material Promocional**
- **Página Institucional Internet**

Pontos a serem melhorados

- **Inexistência Plano de Marketing**
- **Fraca atuação turismo receptivo**
- **Ausência de ofertas integradas de visitaçãoturística**

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

ORGANIZAÇÕES SETORIAIS

Pode-se aferir que a adesão à participação associativa é pequena no setor de Turismo, em Niterói. Quanto à participação em associações de classe ou sindicatos, significativamente o maior contingente de associados está na Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV).

Outras afiliações das agências de turismo citadas são: Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA); Brazilian Educational & Language Travel Association (BELTA); e Sindicato de Empresas de Turismo no Estado do Rio de Janeiro (SINDETUR-RJ).

Recentemente, foi lançado o Niterói *Convention & Visitors Bureau*. Uma associação empresarial sem fins lucrativos, que busca atrair, captar e ampliar o volume de negócios do turismo local. Esta é a primeira entidade do gênero voltada para promoção e desenvolvimento de turismo de Niterói.

A criação do Observatório do Turismo de Niterói-R é um fato positivo e que coloca a cidade na vanguarda da construção de sistemas de informações e estatísticas do turismo, no Estado do Rio de Janeiro, ao fornecer informações sobre a relevância do turismo na geração de emprego, renda e inclusão social e negócios. O Observatório do Turismo de Niterói também produzirá dados que auxiliarão nas decisões de políticas públicas do turismo e nas decisões de investimento do setor privado, potencializando o crescimento e o desenvolvimento econômico e social do município.

Diagnóstico

No entanto, a análise da questão da organização setorial em Niterói é afetada negativamente pela inexistência de adensamentos de empreendimentos turísticos organizados como arranjos produtivos locais, quesito que, uma vez melhorado, tende a contribuir para a competitividade do destino.

Pontos Fortes

- **Atuação Observatório do Turismo**

Pontos a serem melhorados

- **Atuação Convention Bureau**
- **Falta de densidade empresarial produto turismo**

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL TURISTA

Mercados de Origem

Perfil Sócio Demográfico e Econômico

Perfil de Compras e Consumo

Gasto Médio

Atividades Realizadas

Motivação

Grau de Satisfação

Gastos Viagens Nacionais em 2021



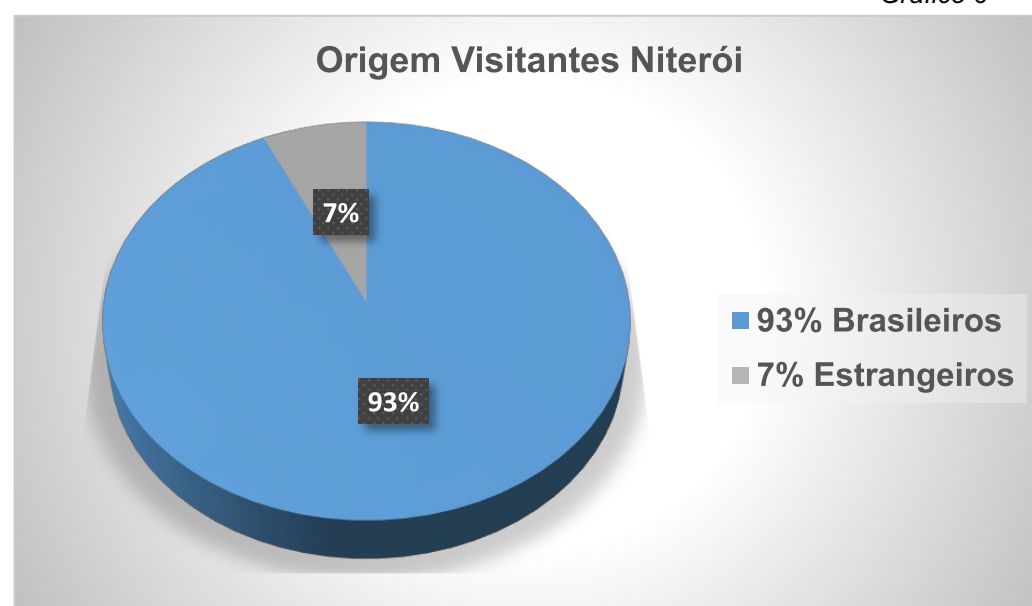
DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Para o levantamento do Perfil do Turista de Niterói, foram utilizados dados obtidos através da Pesquisa de Demanda Turística do Município de Niterói, realizada em março de 2022, complementada pelo Relatório de Atendimentos nos Centros de Atendimento ao Turista da NELTUR - CAT 2021 e por informações do Anuário Estatístico do Turismo 2021 – IBGE e do Módulo de Turismo, inserido na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua - PNAD 2020/2021.

Mercados de Origem

Pela amostra da Pesquisa de Demanda Turística do Município de Niterói (RJ), apenas 7% dos entrevistados tinham domicílio no exterior do país. 93% eram residentes no Brasil

Gráfico 6



1. Procedência dos Visitantes internacionais

A procedência dos entrevistados em março de 2022, mostra a predominância de visitantes europeus, enquanto na média nacional predominam visitantes sul-americanos. 59% dos visitantes estrangeiros entrevistados em Niterói eram europeus, contra 37% sul-americanos. Levando em conta os mesmos países de origem dos entrevistados, a média nacional mostra 6% de europeus contra 43,7% de sul-americanos.

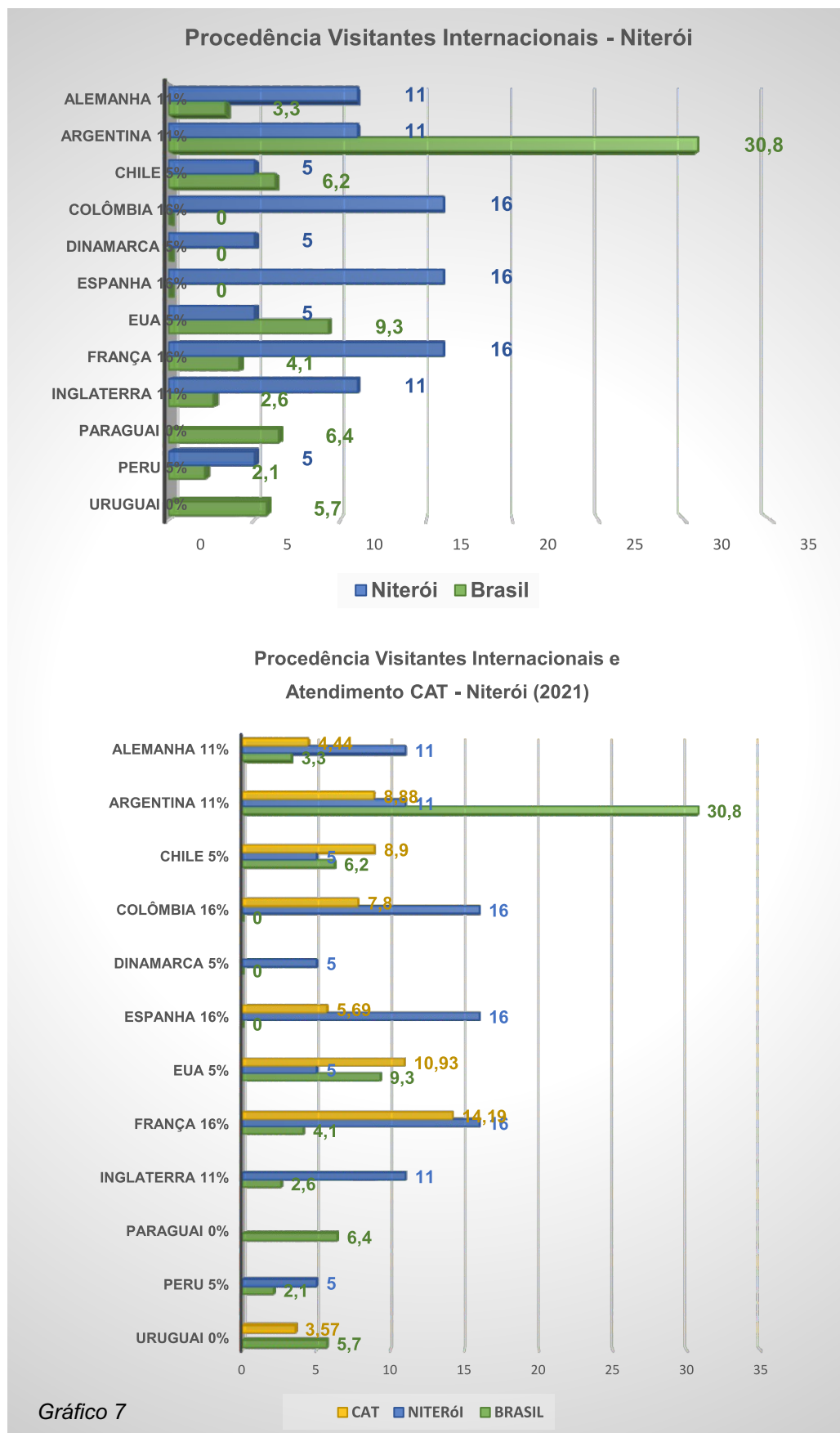
Se compararmos os números obtidos pelos visitantes estrangeiros atendidos nos CATs em 2021, os percentuais seriam de 24,32% europeus e 29,15 sul-americanos (*mantidos os países de origem da pesquisa de 2022*).

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA



Elaborado para:

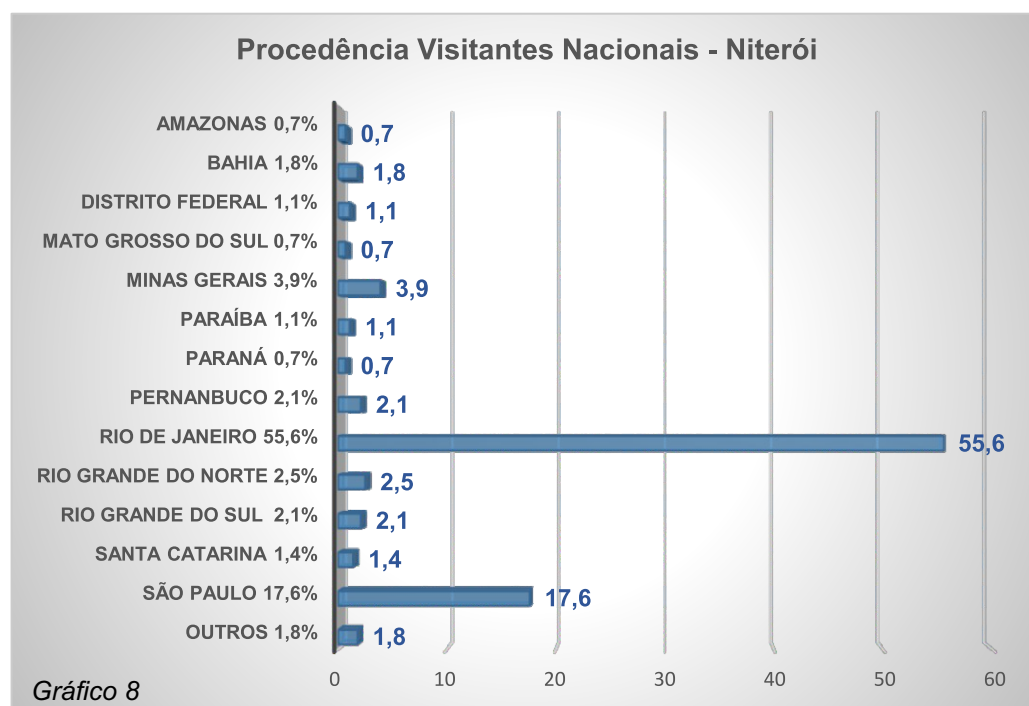


STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

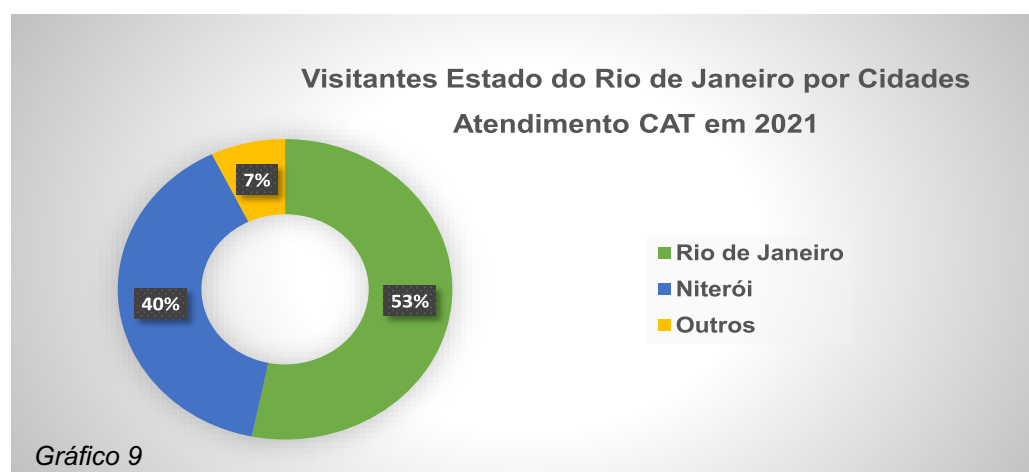
DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

2. Procedência dos Visitantes Nacionais

Quanto aos visitantes nacionais, mais da metade da amostra (55,6%) reside no Rio de Janeiro. Os 3 estados que mais emitem visitantes e turistas para o Brasil, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, respondem por 77% das visitas a Niterói.



Entre todos os atendimentos realizados pelos CATs em 2021 para visitantes do Estado do Rio de Janeiro, 40% eram residentes em Niterói e 60% vieram de outras cidades, com forte predominância da cidade do Rio de Janeiro, com 53% dos atendimentos.



DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

2. Procedência dos Visitantes Nacionais (cont)

A região sudeste do Brasil é a maior emissora e receptora do turismo interno no Brasil, porém apresenta um déficit de 3,3% em relação ao balanço de turistas. As demais regiões, com exceção do Centro Oeste, recebem mais turistas do que enviam para outras partes do Brasil.

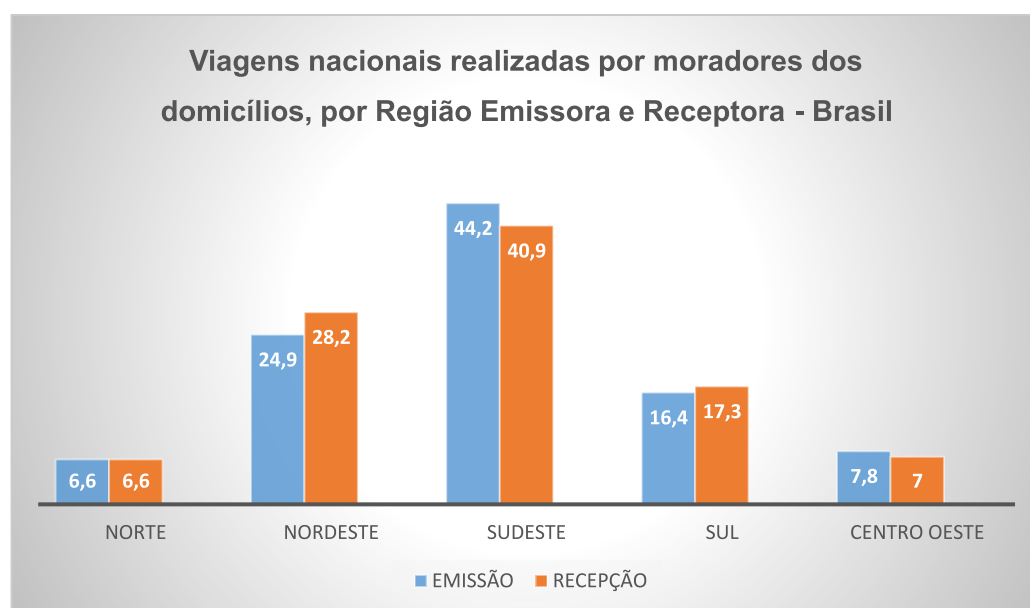


Gráfico 10

Elaborado para:

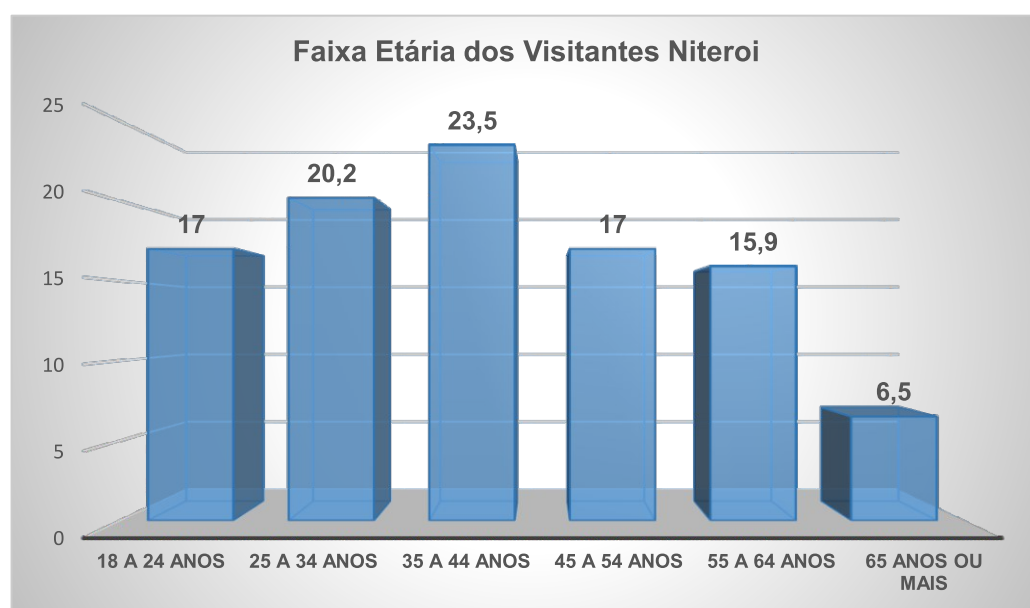


STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Perfil Sócio-Demográfico Visitantes Niterói

57% dos entrevistados eram do sexo feminino contra 43% do sexo masculino. 60% dos visitantes tem menos de 44 anos e 65,4% possuem escolaridade de nível superior ou acima. 55% são solteiros (39% casados).



Elaborado para:

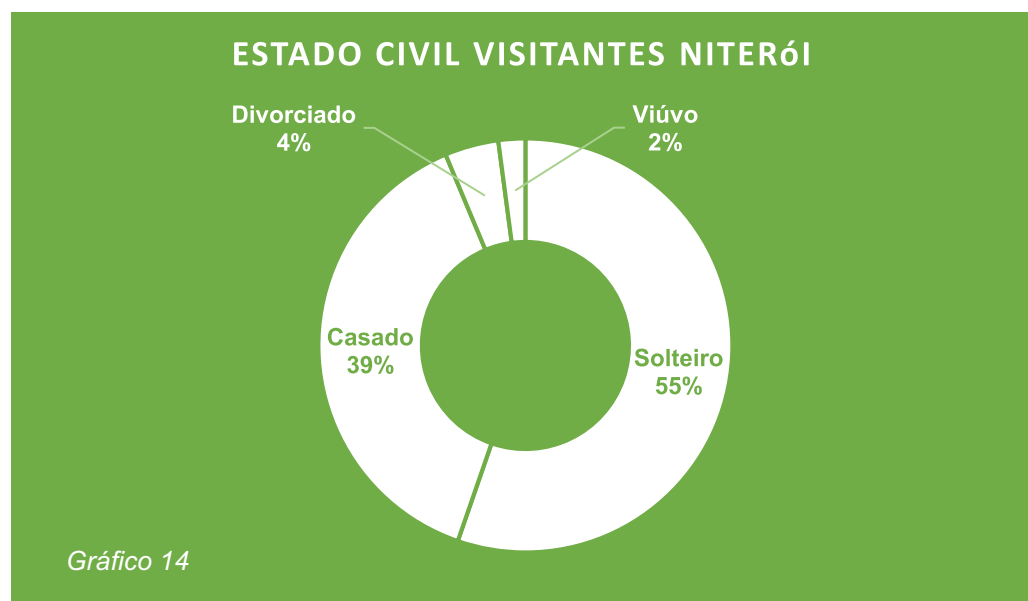
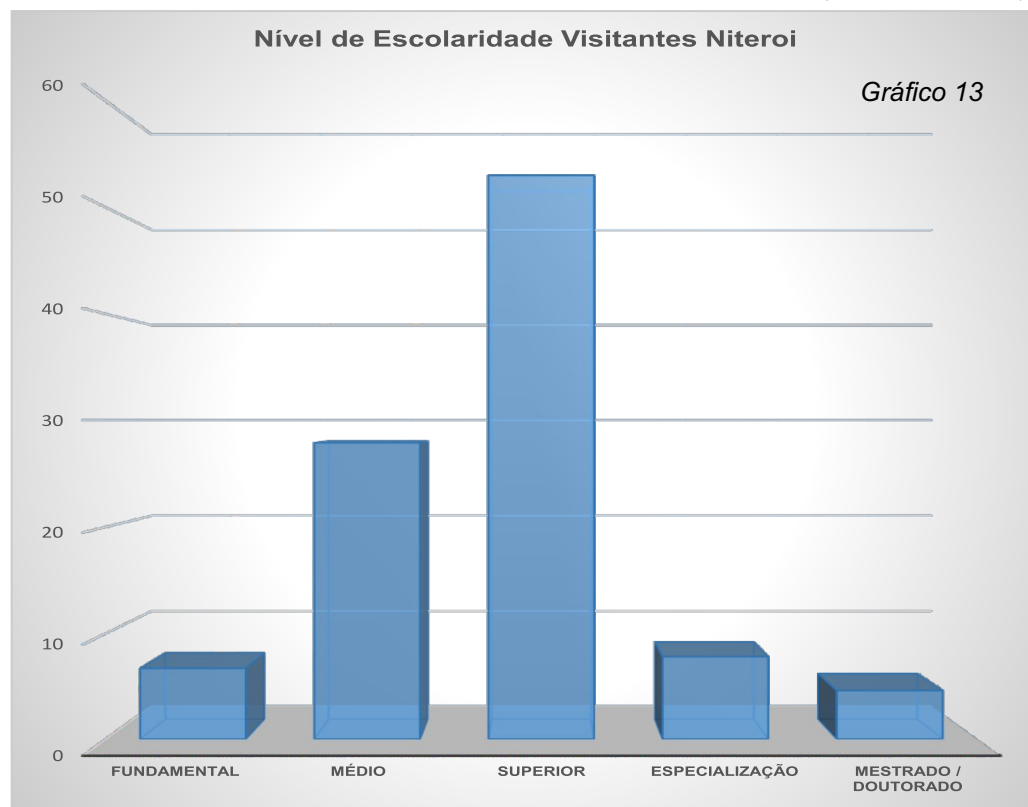


STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Perfil Sócio-Demográfico Visitantes Niterói

57% dos entrevistados eram do sexo feminino contra 43% do sexo masculino. 60% dos visitantes tem menos de 44 anos e 65,4% possuem escolaridade de nível superior ou acima. 55% são solteiros (39% casados).



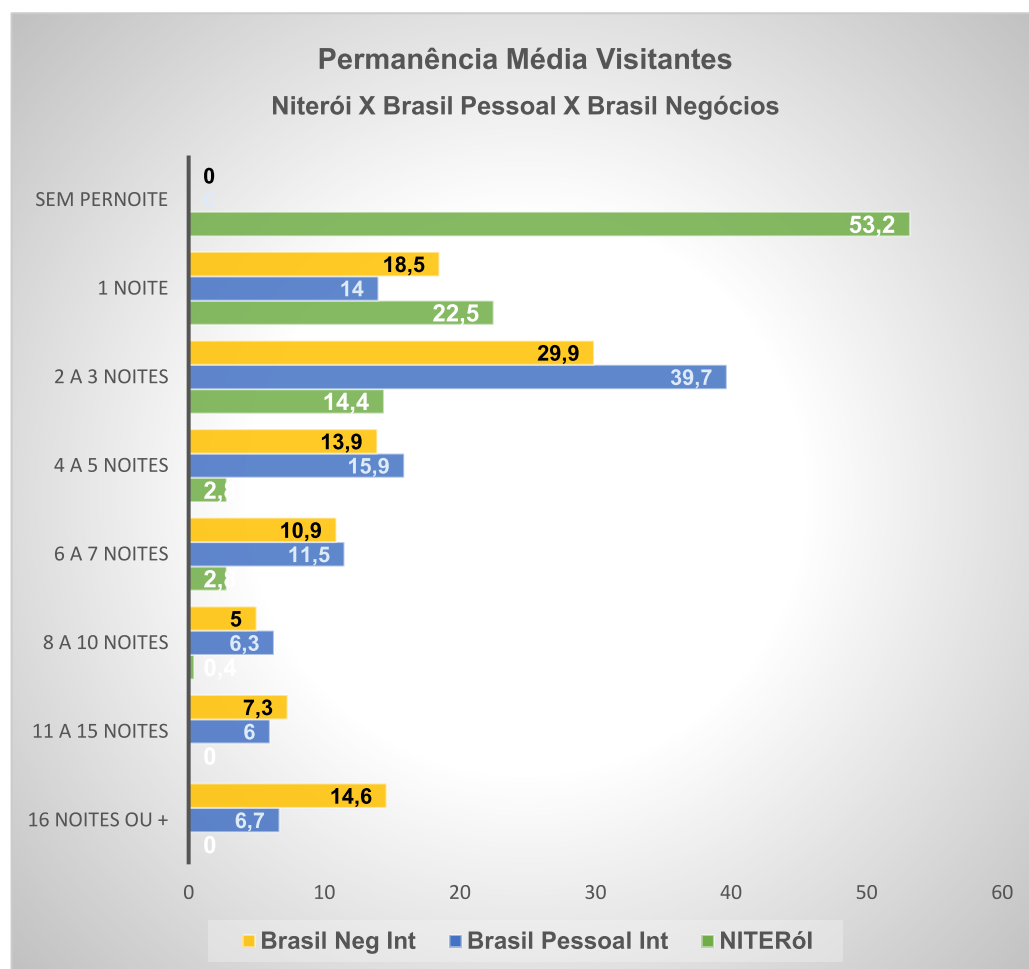
DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Perfil de Compras e Consumo

1. Tipo de Hospedagem

A maioria dos visitantes de Niterói, se enquadram na categoria Excursionistas, aqueles que não pernoitam no local. 75,7% permaneceram uma noite ou menos na cidade.

Em relação às viagens nacionais realizadas no ano de 2021, em 75,7% (9,3 milhões) foram registrados pernoites. Ou seja, estas são as viagens nas quais o viajante passou ao menos uma noite no trajeto ou no destino. A distribuição do número de pernoites por finalidade da viagem, apontou predomínio das viagens profissionais na categoria de um pernoite enquanto de dois a dez pernoites a preponderância foi da finalidade pessoal.



DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Perfil de Compras e Consumo

1. Tipo de Hospedagem

Quanto ao tipo de hospedagem, 75,4% declararam não terem se hospedado em Niterói durante a visita (número semelhante aos que declararam não terem pernoitado na cidade).

Devido ao perfil Excursionista do visitante, Niterói apresenta um padrão de hospedagem que difere das médias nacionais, sejam de viagens pessoais ou a negócios. No resultado nacional, como principal local de hospedagem, a casa de amigos ou parente superou as demais modalidades, representando, em 2021, 42,9% dentre as alternativas. Em segundo lugar ficou a opção hotel, resort ou flat. As pousadas não apresentaram participação elevada, entretanto, na análise regional, as viagens para o Estado do Rio de Janeiro, cuja hospedagem ocorreu em pousadas, alcançou dois dígitos (11,9% em 2021), seguido por Santa Catarina (10,1%). Nas demais Unidades da Federação esta participação foi pouco relevante.

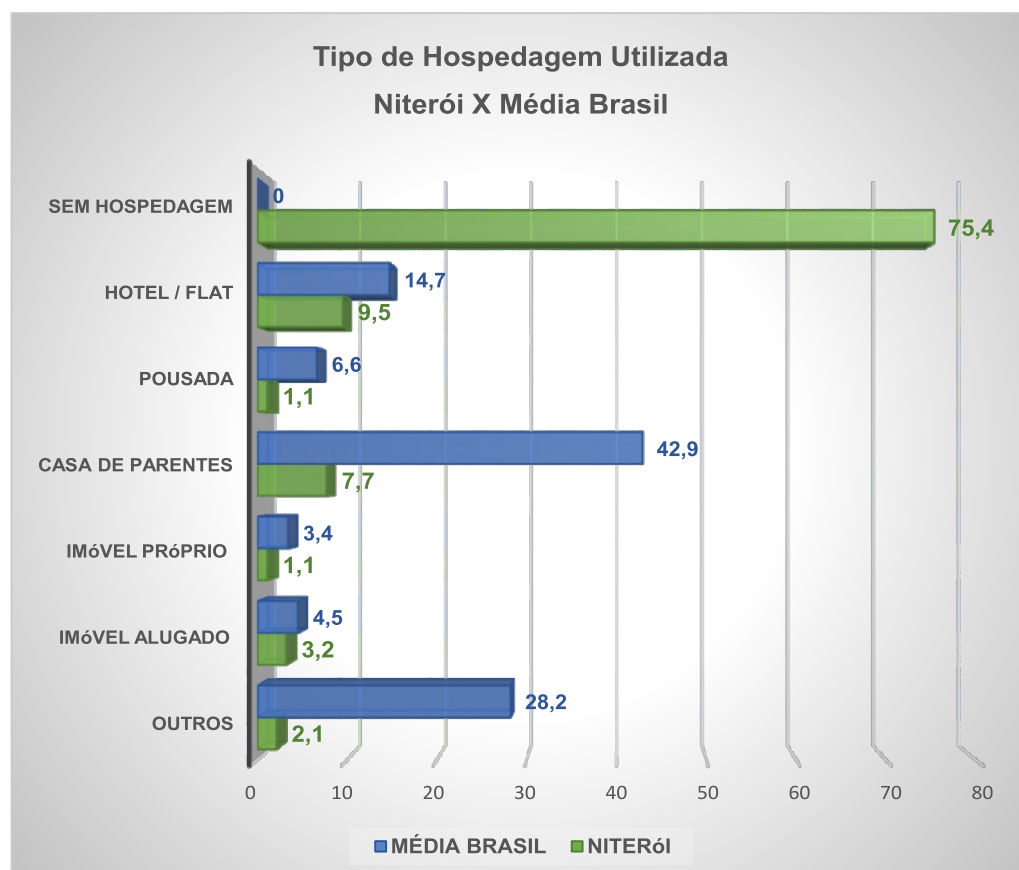


Gráfico 16

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Perfil de Compras e Consumo

2. Ocupação Rede Hoteleira

Os visitantes de Niterói podem ser classificados em 3 grandes grupos, segundo o seu motivo de viagem:

- Negócios
- Estudos
- Lazer

O segmento turístico de negócios é de tamanha importância para a rede hoteleira em Niterói, que os meios de hospedagem o têm como o único público-alvo. Em alguns meses, a rede hoteleira exibe taxas de ocupação de 80%, chegando até 100% dos quartos ocupados.

O turismo de negócios é composto de uma demanda menos sujeita à resistência com relação a alterações nas tarifas do que o de turistas a lazer. As viagens a negócios são realizadas independentemente da situação econômica do destino ou de sua localização, da quantidade de atrativos turísticos ou do clima, de estar em alta temporada ou em baixa temporada, por exemplo.

Por esses motivos, a sazonalidade turística não sofre grandes variações durante o ano, o turismo de negócios controla os seus efeitos negativos.

Existem períodos de menor ocupação, como feriados, férias corporativas ou escolares ou agendas específicas de atividades offshore, mas nada que tenha impacto significativo em suas atividades.

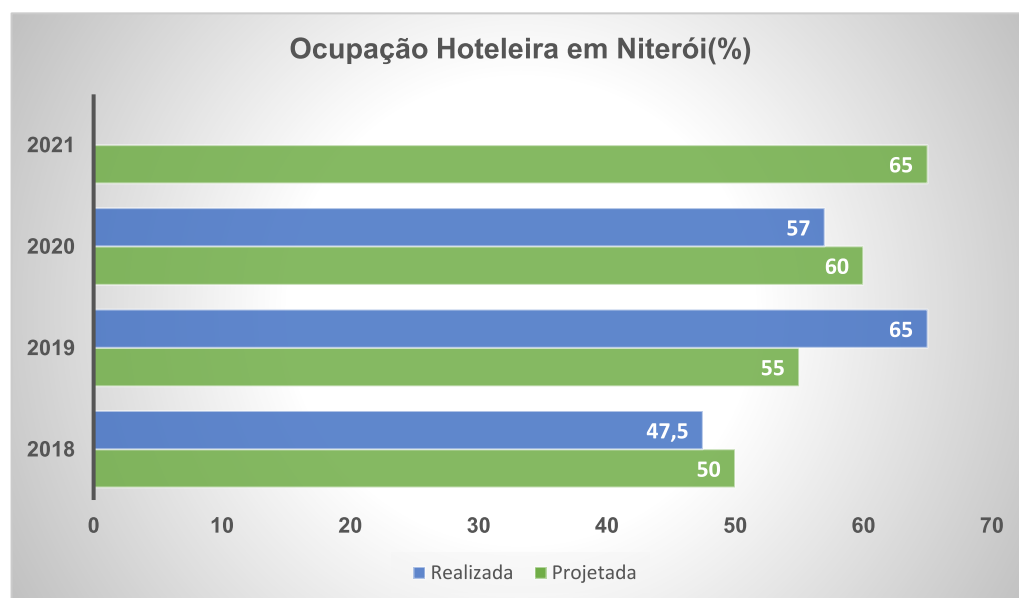


Gráfico 17

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

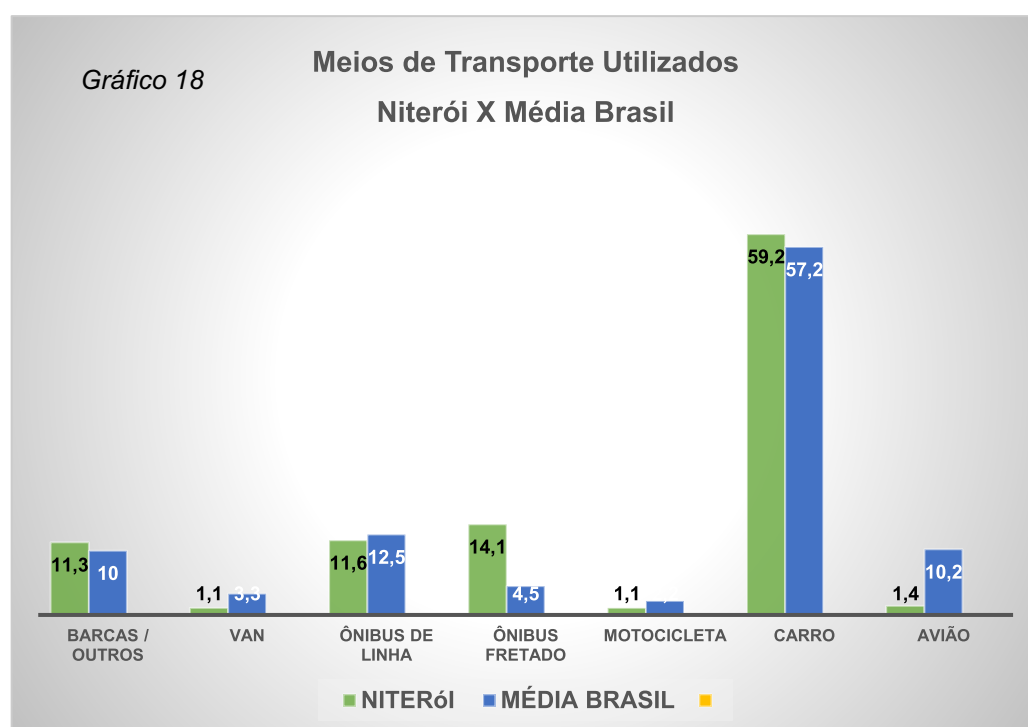
Perfil de Compras e Consumo

3. Meio de Transporte Utilizado

Os meios de transporte variam de acordo com o destino da viagem e a renda do domicílio do viajante.

Em 2021 o carro particular ou de empresa foi o principal transporte dos viajantes internos do Brasil, seguido pelo ônibus de linha. Na análise por classe de renda é possível observar que a utilização do avião como principal transporte aumenta sua participação à medida que aumenta o rendimento domiciliar per capita. Em sentido contrário, a utilização do ônibus de linha diminui, à medida em que aumenta o rendimento domiciliar.

Os visitantes de Niterói seguem o comportamento nacional, com exceção da utilização do transporte por avião, opção facilmente explicada pela ausência de um aeroporto municipal.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

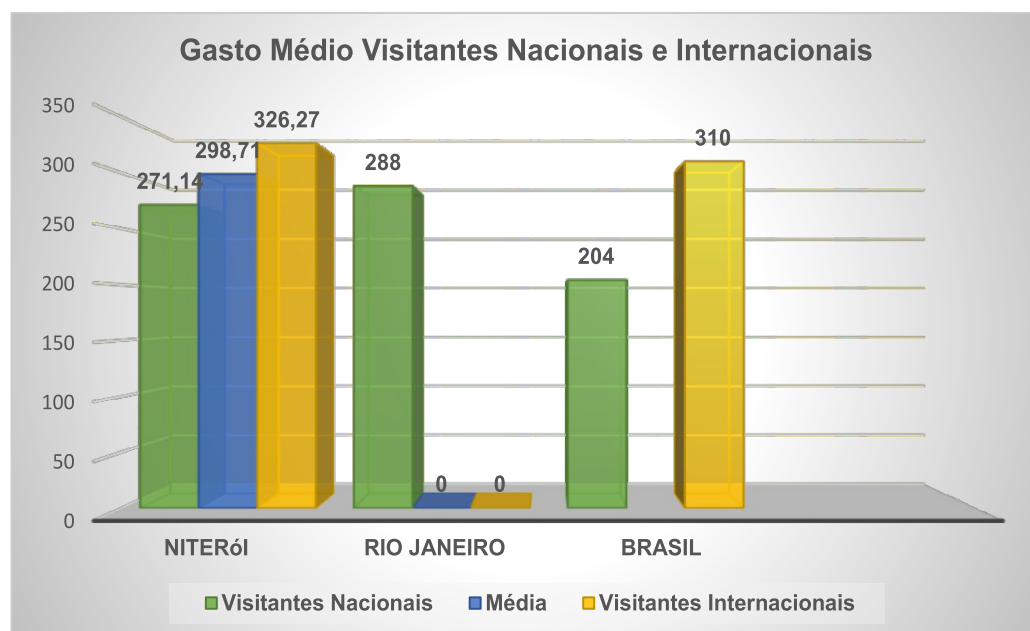
Gasto Médio

Em 2021 o gasto total médio das viagens nacionais com pernoite, foi estimado em R\$ 1.331,00.

A quantidade de participantes da viagem tem forte impacto nos gastos que envolvem a viagem. Dessa forma, foi estimado o gasto per capita médio no Brasil, no ano em questão, em R\$ 799,00. Entretanto, a quantidade de dias dispendidos na viagem também é fator de grande impacto nos gastos, tendo sido estimado o gasto per capita diário médio no Brasil, no ano de 2021, em R\$ 204,00. Para viajantes internacionais, o gasto médio estimado foi de R\$ 310,00.

Dentre os componentes dos gastos realizados em uma viagem, em 2021 a hospedagem foi responsável pela maior parte deles (*em média R\$ 1.292*), seguida pelo gasto médio com alimentação (*R\$ 501*) e depois por transporte (*R\$ 442*), excluída a categoria de outros gastos.

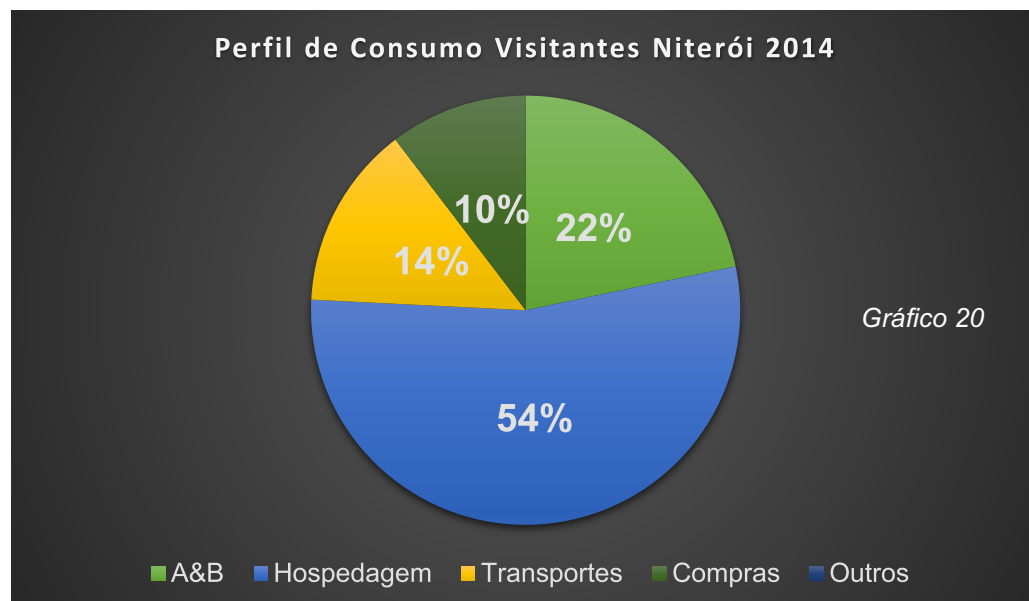
A pesquisa realizada em março de 2022, aponta um gasto médio diário por visitante em Niterói, na ordem de R\$ 271,14 para nacionais e R\$ 326,27 para internacionais (*valor médio de R\$ 298,71*). Note-se que o gasto médio de visitantes nacionais acompanha o valor referente ao Rio de Janeiro (*R\$ 288,00*), assim como os valores referentes aos visitantes internacionais, em relação ao Brasil.



DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Gasto Médio

Em pesquisa realizada em 2014, com visitantes hospedados em Niterói por ocasião da Copa do Mundo de Futebol, foi determinado o seguinte perfil de consumo:



Também foi possível estabelecer um comparativo entre os perfis de consumo, entre os visitantes que não pernoitaram em Niterói (*Excursionista*) e os que se alojaram em casa de parentes, casa alugada ou hotel. Numa escala de zero a cem, para cada 100 reais gastos pelo visitante excursionista, 560 reais são gastos pelo visitante hospedado em hotel.

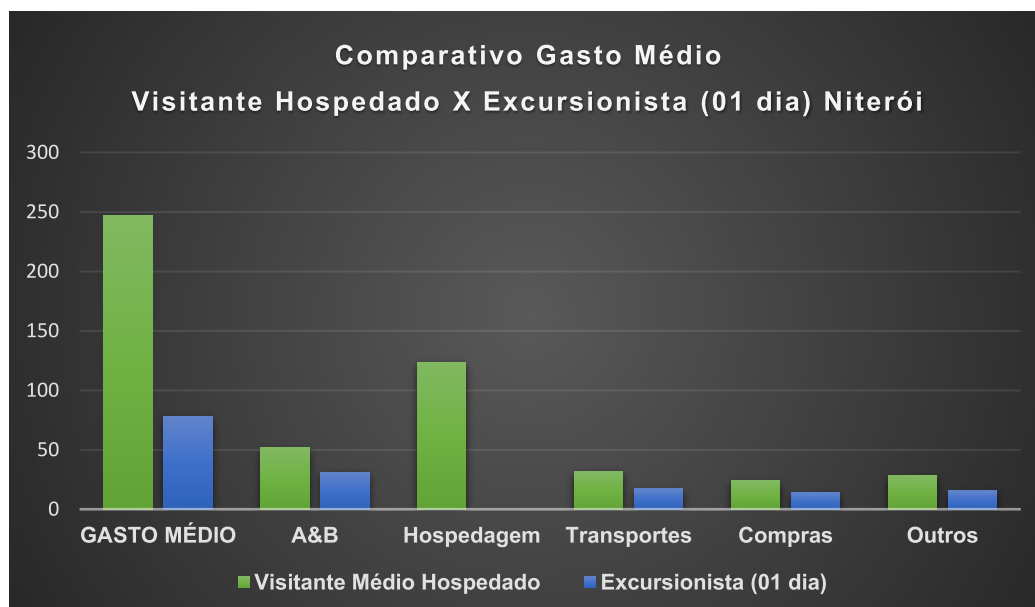
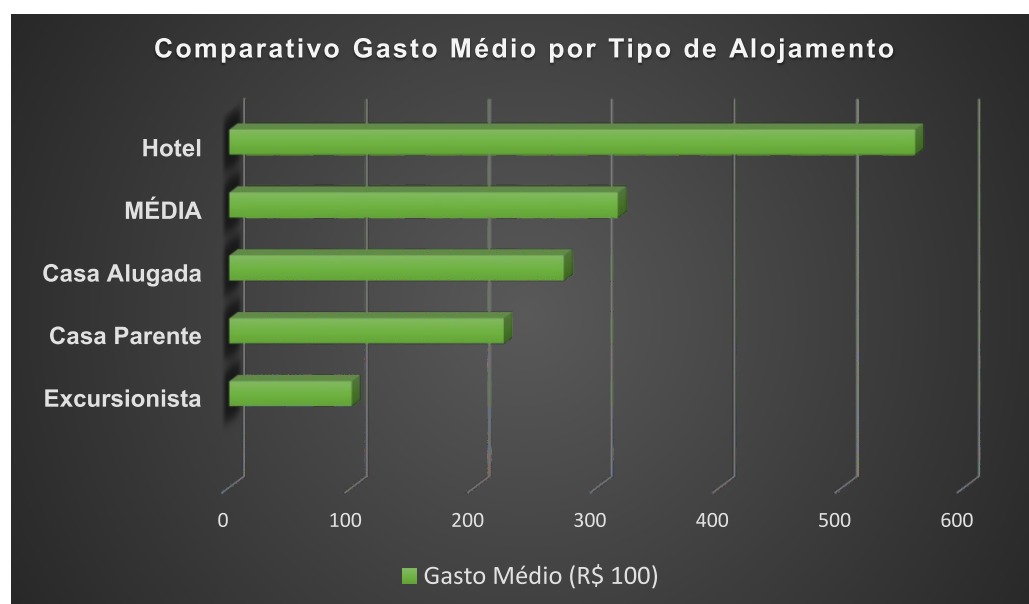
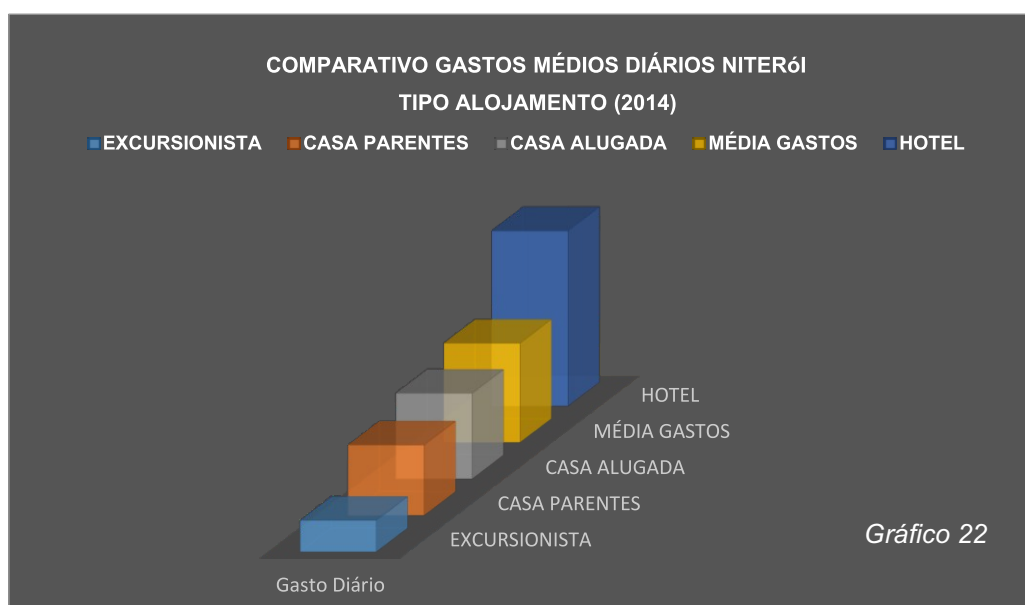


Gráfico 21

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Gasto Médio

Numa escala de zero a cem, para cada 100 reais gastos pelo visitante excursionista, 560 reais são gastos pelo visitante hospedado em hotel.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Atividades Realizadas

Dentre os motivos de lazer, em 2021, 48,7% das viagens internas foram em busca de turismo de sol e praia, que se caracteriza por viagens turísticas de entretenimento ou descanso em praias, onde haja a conjunção de sol, mar e calor. As atividades turísticas que utilizam o patrimônio natural e as belas paisagens como atrativos, apresentaram grande participação no turismo de lazer, com 25,6%.

Viagens com finalidade cultural e gastronômica, com acesso ao patrimônio histórico e cultural, assim como a eventos culturais que valorizem e promovam os bens materiais e imateriais da cultura, também ocorreram em percentuais significativos (16% em 2021).

A grande maioria dos visitantes de Niterói procura um turismo cultural, com expressiva predominância de visitas ao acervo de Oscar Niemeyer. Enquanto o turista médio nacional prioriza Sol e Praia + Natureza (74,5%), o visitante de Niterói opta por atividades de Cultura + Acervo Niemeyer (72,6%).

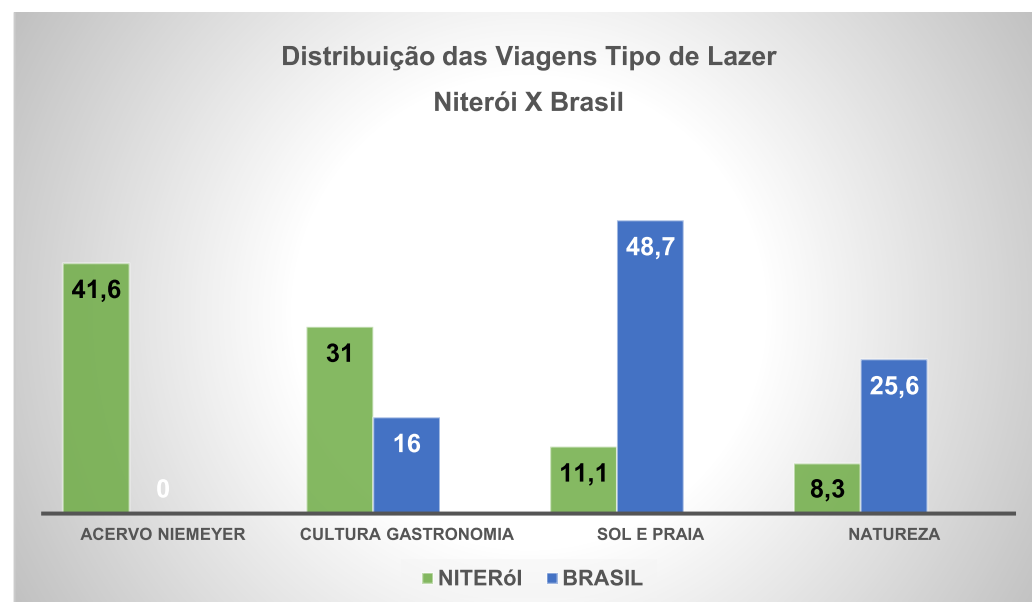


Gráfico 24

Elaborado para:

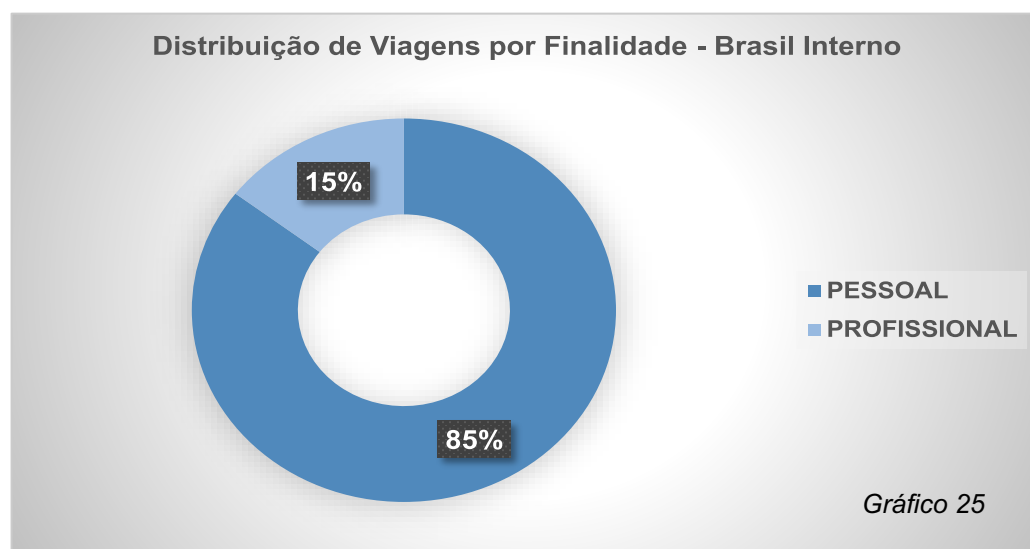


STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

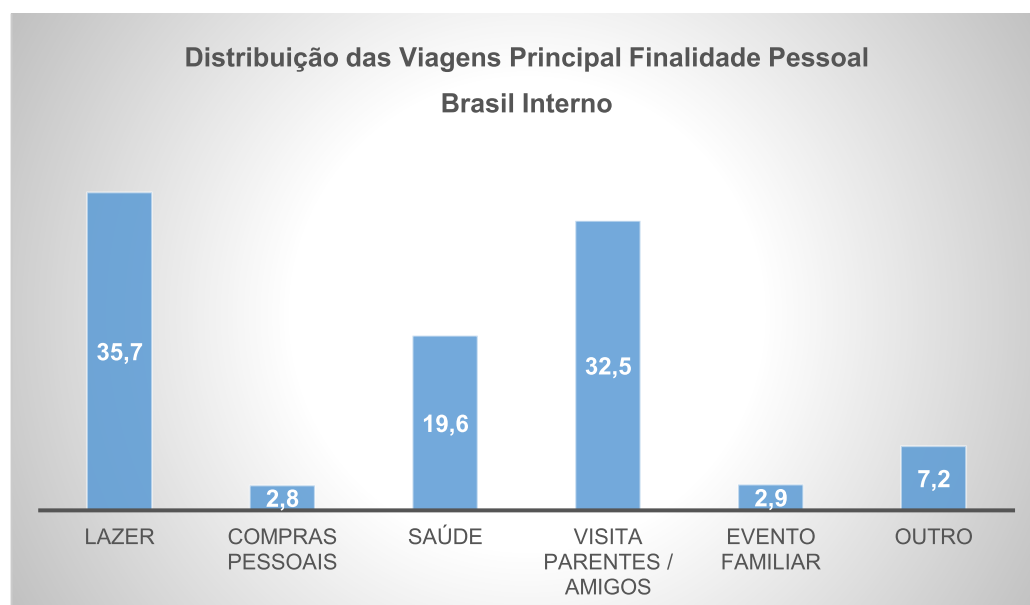
DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Motivação

Em 2021, de um total de 12,3 milhões de viagens nacionais realizadas, 10,5 milhões (85,4%) foram por finalidade pessoal. Os principais motivos se dividiram entre lazer, compras pessoais, religião, tratamento de saúde ou consulta médica, visita a parentes e amigos, eventos familiares e outros (inclui cruzeiros, cursos, estudos, bem-estar e congressos).



Os principais motivos pessoais para a viagem foram lazer e visita a parentes ou amigos, seguidos por tratamento de saúde. Esta última categoria inclui consultas médicas, internações para tratamentos ou cirurgias e atendimento psicológico.



DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Motivação

Em relação à motivação das viagens a lazer, em 2021, destinos de sol e praia perderam espaço para destinos de natureza, ecoturismo ou aventura. No ano passado, 48,7% destas viagens foram motivadas pela busca de sol e praia, enquanto que em 2020 este percentual havia sido de 55,6%. Já em relação ao turismo de natureza, em 2021, a modalidade alcançou a preferência de 25,6% dos viajantes – índice superior ao registrado em 2020 (20,5%).

Já a viagem motivada por cultura e gastronomia, com acesso a patrimônio turístico e cultural, também registrou aumento e aparece em terceiro lugar tanto em 2021 (16%) como em 2020 (15,5%).

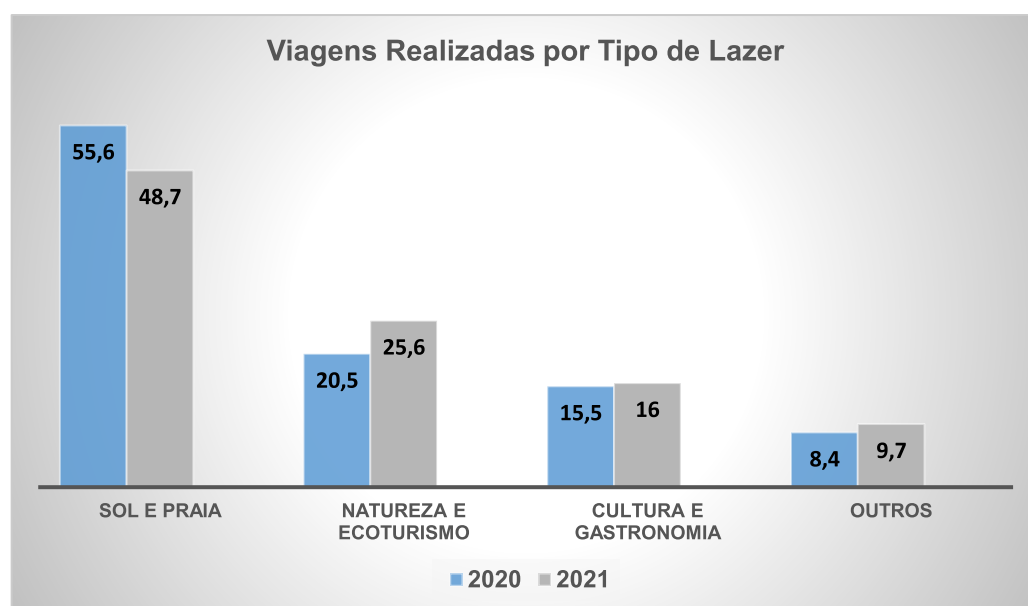


Gráfico 27

Elaborado para:

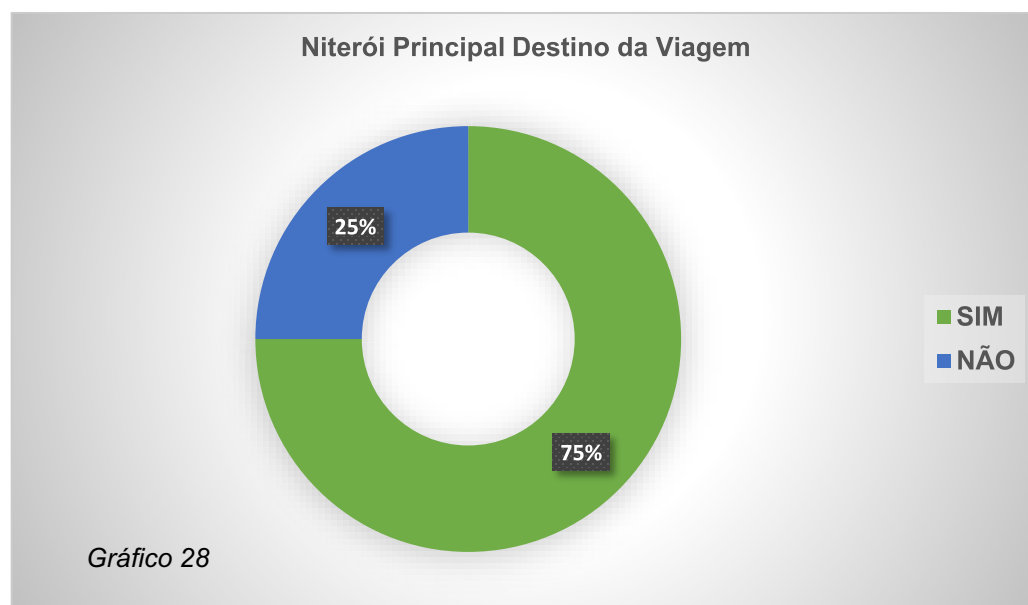


STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

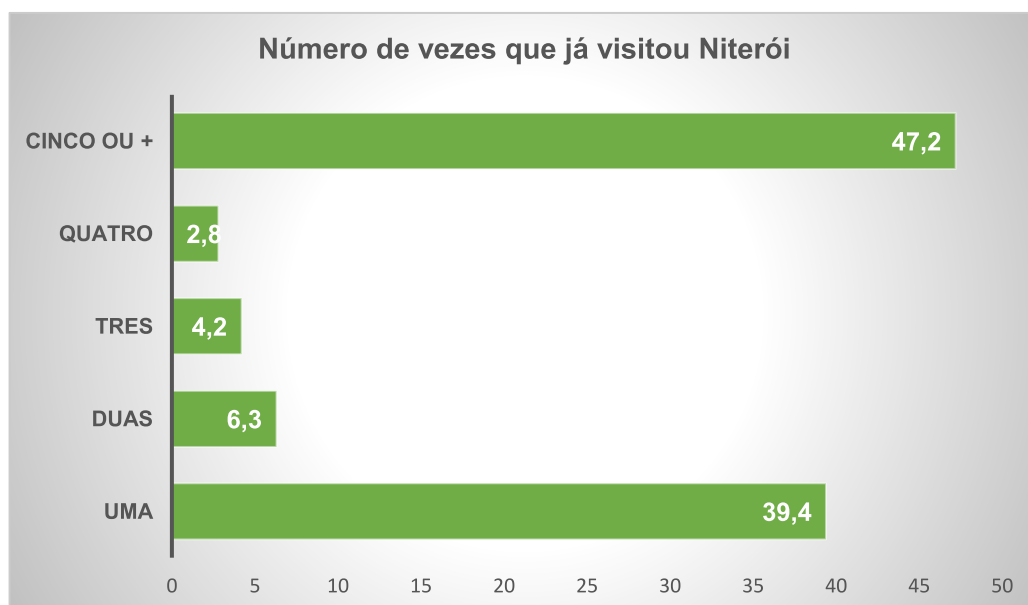
DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Grau de Satisfação e Intensão de Retorno a Niterói

Para 75% dos pesquisados, Niterói foi o principal destino da viagem.



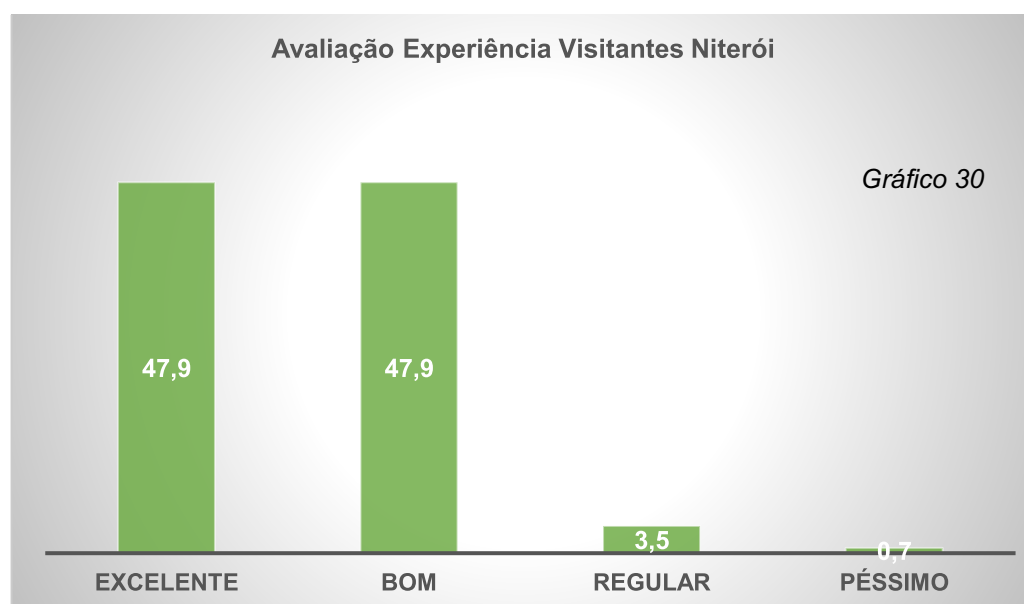
Mais de 50% dos entrevistados já visitaram Niterói por 4 vezes ou mais, denotando uma forte atração de retorno à cidade



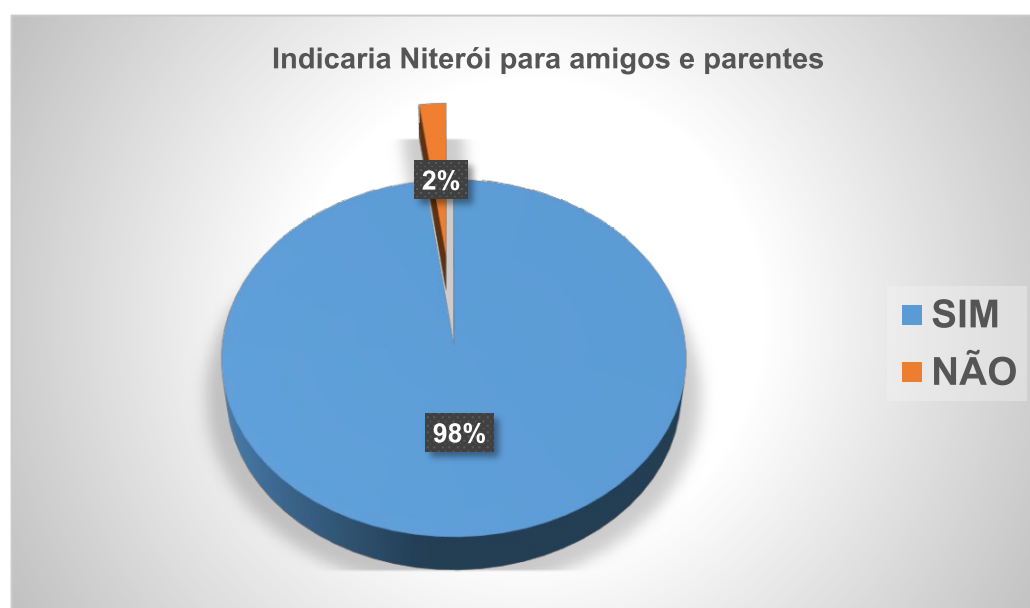
DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Grau de Satisfação e Intensão de Retorno a Niterói

Niterói apresenta uma avaliação extremamente positiva de seus visitantes, com mais de 95% de EXCELENTE e BOM na qualificação da experiência dos visitantes.



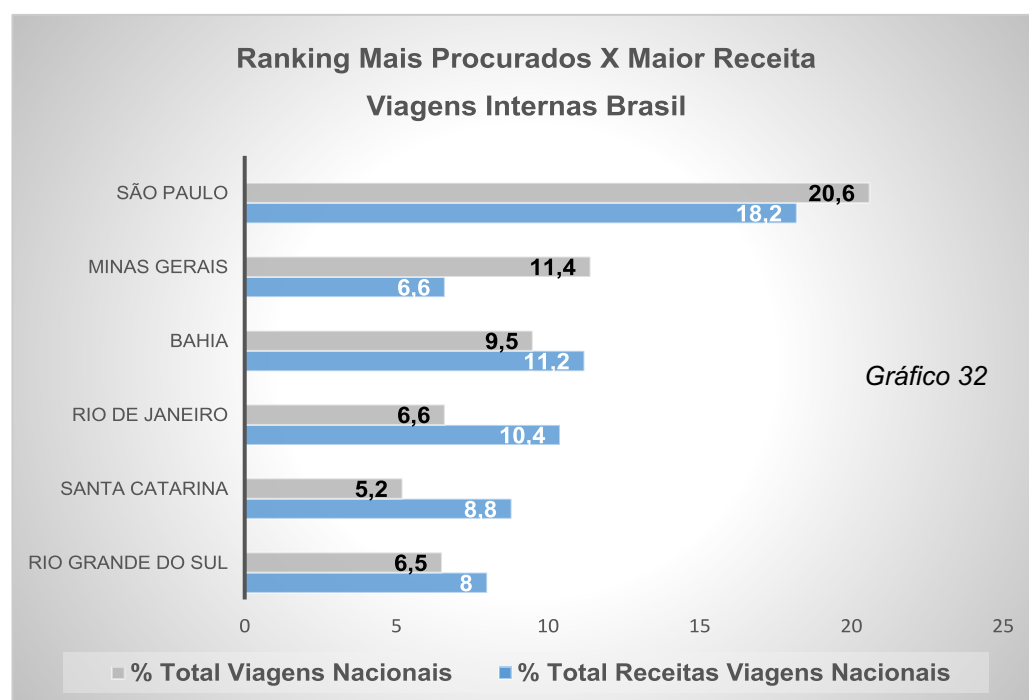
98% indicariam uma experiência em Niterói para amigos ou parentes.



DEMANDA TURÍSTICA & PERFIL DO TURISTA

Gastos com viagens internas nacionais

Em 2021, os gastos totais em viagens nacionais com pernoite (em viagens nas quais foram registrados gastos) totalizou R\$ 9,8 bilhões, enquanto em 2020 este gasto havia sido de R\$ 11,0 bilhões. No ano mais recente, as Grandes Regiões de destino onde foram registrados os maiores montantes gastos foram, as Regiões Sudeste (37,3%), Nordeste (30,5%), Sul (20,5%), Centro-Oeste (7,0%) e Norte (4,8%), nesta ordem.



O ranking entre os Estados que mais receberam viajantes provenientes tanto de outros Estados como de outras Cidades dentro do próprio Estado, apresentou o Estado de São Paulo em primeiro lugar, recebendo 20,6% dos viajantes do País, no período. Em segundo lugar encontra-se o Estado de Minas Gerais (11,4%) seguido pelos Estados da Bahia, do Rio de Janeiro, do Rio Grande do Sul, do Paraná, de Santa Catarina e do Ceará.

Em relação aos gastos totais no destino, que correspondem à receita das Unidades da Federação com o turismo, em 2021 os maiores gastos foram registrados em São Paulo (1,8 bilhão), Bahia (1,1 bilhão), Rio de Janeiro (1,0 bilhão), Santa Catarina (864 milhões), Rio Grande do Sul (790 milhões) e Minas Gerais (654 milhões). Na distribuição dos gastos totais, em São Paulo ocorreram 18,2% de todo gasto com turismo do Brasil, em 2021.

MATRIZ SWOT
POSICIONAMENTO NITERÓI X CONCORRÊNCIA
DEFINIÇÃO PÚBLICO ALVO
ESTIMATIVA DE POTENCIAL DE MERCADO
RECOMENDAÇÕES FINAIS
RECOMENDAÇÕES PARA PLANO DE MARKETING



MATRIZ E ANÁLISE SWOT DO ECOTURISMO EM NITERÓI

Os diagnósticos obtidos na análise da oferta turística em Niterói e do perfil do visitante (*em Niterói e no Brasil*) foram consolidados em uma matriz SWOT. A análise SWOT, por ser uma ferramenta estratégica, tem o papel de auxiliar na identificação e análise dos ambientes interno e externo, proporcionando o aprendizado organizacional e a melhoria contínua.

Essa matriz nos permite indicar:

- Os pontos fortes característicos, cuja detecção permitirá desenvolver a sua capacidade turística;
- As fraquezas associadas e que se pretendem eliminar ou mitigar;
- As oportunidades criadas por externalidades positivas, que se devem aproveitar e potencializar;
- As ameaças, que se devem conhecer em profundidade, no sentido de preveni-las.



MATRIZ E ANÁLISE SWOT DO ECOTURISMO EM NITERÓI

Os diagnósticos obtidos na análise da oferta turística em Niterói e do perfil do visitante (*em Niterói e no Brasil*) foram consolidados em uma matriz SWOT. A análise SWOT, por ser uma ferramenta estratégica, tem o papel de auxiliar na identificação e análise dos ambientes interno e externo, proporcionando o aprendizado organizacional e a melhoria contínua.

Essa matriz nos permite indicar:

- Os pontos fortes característicos, cuja detecção permitirá desenvolver a sua capacidade turística;
- As fraquezas associadas e que se pretendem eliminar ou mitigar;
- As oportunidades criadas por externalidades positivas, que se devem aproveitar e potencializar;
- As ameaças, que se devem conhecer em profundidade, no sentido de preveni-las.

FORÇAS

- Capital Natural, com mais de 50% do território preservado por decreto municipal.
- Paisagens exuberantes
- 45 trilhas catalogadas
- Atrações turísticas complementares (Sol & Praia, Cultura, Patrimônio, etc.)
- Foco da Administração Pública em Sustentabilidade
- Infraestrutura Pública e IDH
- Ampla oferta de serviços de hotelaria, gastronomia, cultura e lazer
- Fácil acesso multimodal
- Proximidade maiores centros emissores de turistas (SP e MG)
- Serviço de Apoio ao Turista (Neltur)
- Alto nível de aprovação Experiência Niterói por visitantes

FRAQUEZAS

- Proximidade ao Rio de Janeiro e seus atrativos
- Foco da hotelaria no turismo de negócios
- Falta de esforços integrados de marketing e vendas ecoturismo
- Atuação de empresas de turismo receptivo
- Presença Digital
- Trânsito intenso em todas as épocas do ano
- Falta de estacionamento na proximidade das atrações turísticas
- Acessibilidade aos equipamentos turísticos
- Ausência de Delegacia do Turista

OPORTUNIDADES

- Tendência mundial crescimento ecoturismo, onde o Brasil é o principal destino do setor
- Desenvolvimento Indústria Turismo em Niterói
- Retorno para a população (autoimagem e serviços)
- Desenvolvimento de novos produtos turísticos (Observação de baleias, por exemplo)
- Complementar a atividade hotelaria focada no turismo de negócios e eventos.
- Potencial de fidelização dos turistas, por se tratar de viagens recorrentes por parte desses e pela intenção manifestada em voltar.
- Maior facilidade de atração de demanda internacional.
- Aumento da estadia média do turista de negócio e eventos, despertando-lhe o interesse para realizar **atividades de curta duração ligadas à natureza.**

AMEAÇAS

- Risco de degradação ambiental nos equipamentos ecoturismo / impacto do turismo sobre o meio ambiente
- Absorção do potencial de ecoturismo pela cidade do Rio de Janeiro (Floresta da Tijuca)
- Persistência do Perfil Excursionista, como principal visitante de Niterói
- Concorrentes focados 100% em ecoturismo / aventura
- Crescimento desordenado comércio e serviços no entorno equipamentos ecoturismo
- Segurança do turista em áreas isoladas

Fatores Internos

Positivo

FORÇAS

- Capital Natural, com mais de 50% do território preservado por decreto municipal.
- Paisagens exuberantes
- 45 trilhas catalogadas
- Atrações turísticas complementares (Sol & Praia, Cultura, Patrimônio, etc.)
- Foco da Administração Pública em Sustentabilidade
- Infraestrutura Pública e IDH
- Ampla oferta de serviços de hotelaria, gastronomia, cultura e lazer
- Fácil acesso multimodal
- Proximidade maiores centros emissores de turistas (SP e MG)
- Serviço de Apoio ao Turista (Neltur)
- Alto nível de aprovação Experiência Niterói por visitantes

Negativo

FRAQUEZAS

- Proximidade ao Rio de Janeiro e seus atrativos
- Foco da hotelaria no turismo de negócios
- Falta de esforços integrados de marketing e vendas ecoturismo
- Atuação de empresas de turismo receptivo
- Presença Digital
- Trânsito intenso em todas as épocas do ano
- Falta de estacionamento na proximidade das atrações turísticas
- Acessibilidade aos equipamentos turísticos
- Ausência de Delegacia do Turista

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

Fatores externos

Positivo

OPORTUNIDADES

- Tendência mundial crescimento ecoturismo, onde o Brasil é o principal destino do setor
- Desenvolvimento Indústria Turismo em Niterói
- Retorno para a população (autoimagem e serviços)
- Desenvolvimento de novos produtos turísticos (Observação de baleias, por exemplo)
- Complementar a atividade hotelaria focada no turismo de negócios e eventos.
- Potencial de fidelização dos turistas, por se tratar de viagens recorrentes por parte desses e pela intenção manifestada em voltar.
- Maior facilidade de atração de demanda internacional.
- Aumento da estadia média do turista de negócio e eventos, despertando-lhe o interesse para realizar **atividades de curta duração ligadas à natureza.**

Negativo

AMEAÇAS

- Risco de degradação ambiental nos equipamentos ecoturismo / impacto do turismo sobre o meio ambiente
- Absorção do potencial de ecoturismo pela cidade do Rio de Janeiro (Floresta da Tijuca)
- Persistência do Perfil Excursionista, como principal visitante de Niterói
- Concorrentes focados 100% em ecoturismo / aventura
- Crescimento desordenado comércio e serviços no entorno equipamentos ecoturismo
- Segurança do turista em áreas isoladas

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DIFERENCIAÇÃO MERCADO & POSICIONAMENTO NITERÓI

Face ao exposto no Quadro Comparativo de Destinos de Ecoturismo no Brasil, Niterói está situado no quadro de cidades com MENOS distância dos principais centros emissores de turistas do país e com MAIS infraestrutura de serviços públicos e turísticos, concorrendo diretamente com:

- Ilha Grande – RJ
- Petrópolis – RJ
- Ilhabela – SP
- Ibitioca – MG
- Foz do Iguaçu - PR



Assim, a posição competitiva de Niterói, em termos de posicionamento, deve ser:

NITERÓI é o destino de ECOTURISMO que oferece PRESERVAÇÃO AMBIENTAL com INFRAESTRUTURA completa de serviços públicos.

Trilhas mapeadas, paisagens deslumbrantes, história, cultura e gastronomia, com segurança, conforto e fácil acesso.

Niterói deve ser posicionada mercadologicamente falando, com o destino de acesso (*entry level*) ao mundo do ecoturismo, permitindo uma experiência para TODOS, independentemente de idade e classe social.

Niterói é o ECOTURISMO DEMOCRÁTICO.

DEFINIÇÃO DE PÚBLICO ALVO

A Associação Brasileira de Empresas de Turismo de Aventura - Abeota, definiu em publicação o Perfil do Turista de Aventura e Ecoturismo no Brasil.

Segundo o estudo, em sua maioria, as pessoas que desenvolvem atividades de ecoturismo e turismo de aventura, possuem como características:

- Maioria Sexo Masculino
- Idade entre 18 a 29 anos
- Solteiros
- Ensino Médio Completo e Superior Incompleto
- Classe Social B
- Hábitos de viagem em grupos
- Contribui para o planejamento da viagem
- Demonstra respeito pelo ambiente natural e social
- Exige qualidade, segurança, acessibilidade e informação

No entanto, perfis que levam em conta apenas dados socioeconômicos não são mais suficientes para a definição de público alvo em estratégias mercadológicas. É preciso estabelecer também uma segmentação comportamental, com base nos hábitos de uso, como ocasião de compra, forma e índice de utilização do produto e o tipo de benefício procurado.



Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEFINIÇÃO DE PÚBLICO ALVO

O OMT - Observatório do Consumo Responsável da Universidade de Montreal definiu uma tipologia do ecoturista que contempla hábitos de visitantes de destinos ligados ao ecoturismo:

CONVENCIONAL

- Ele quer em primeiro lugar relaxar e descobrir lugares diferentes e novas paisagens.
- Não é um militante do meio ambiente. *Aproveita a natureza, mas não quer sacrificar o seu conforto e sua segurança.*
- Prefere pacotes turísticos incluindo algumas atividades, em grupo ou com amigos.

OCASIONAL

- Não é também muito motivado pelas considerações ecológicas ou comunitárias.
- Mais que um encontro com a natureza ou as populações locais, o ecoturismo é para ele uma desculpa para praticar suas atividades favoritas – caminhada, arvorismo, escalada, mergulho, caiaque, surfe ou asa delta.

CONSCIENTE

- Ele é perfeitamente a par das exigências ecológicas e do impacto do turismo sobre o meio ambiente.
- Aventureiro, quer praticar suas atividades, quer experiências culturais e encontros com moradores, *mas não aceita de sacrificar conforto e bem-estar em nome da proteção do meio ambiente.*

MILITANTE VERDE

- O mais convicto dos ecoturistas é o militante verde.
- Ele é não somente consciente do impacto do turismo sobre a natureza e sobre a sociedade, mas quer que toda a sua viagem seja em perfeito harmonia com suas convicções ecológicas.
- Todas as suas atividades devem ser em total respeito dos ecossistemas, com preferências para caminhadas, observações de animais, e acima de tudo para encontros com as comunidades.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEFINIÇÃO DE PÚBLICO ALVO

É correto dizer que Niterói pode receber visitantes de todo o mundo, interessados em ecoturismo, mas não é adequado dissipar recursos sem um claro foco em um determinado perfil de público.

Assim, face ao posicionamento proposto para o destino de ecoturismo Niterói, define-se o público alvo como:

Homens e Mulheres com mais de 25 anos, priorizando:

- **Famílias com filhos pré-adolescentes**
- **Casais de recém aposentados / melhor idade**

Perfil 1

Busca por lazer, fotos em ambientes instagramáveis, restaurantes e menor interação e absorção de conhecimentos sobre a fauna, flora e ecossistema local. Aproveita a natureza, mas não quer sacrificar o seu conforto e sua segurança.

Perfil 2

Busca por experiências exclusivas, interessados na flora, fauna, ecossistema e cultura local. Interage e aprende com os guias e população local. Valoriza a história do destino, a gastronomia e evita ofertas padronizadas. Mas não aceita minimizar conforto e bem-estar em nome do meio ambiente.

OBSERVAÇÃO:

O foco em casais de Melhor Idade, recém aposentados, com disponibilidade de tempo e poder aquisitivo, também é estratégico para equilibrar a demanda em períodos de baixa demanda ou dias de semana.

Também deve ser priorizado o público formado pela população residente em Niterói, para campanhas de educação ambiental, acolhimento aos visitantes e gratificação de autoimagem.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

DEFINIÇÃO DE POTENCIAL DE MERCADO

Para estimar o potencial de mercado que o ecoturismo poderá acrescentar à indústria turística local foi estabelecido um cálculo que levou em conta:

Número de pessoas que visitam Niterói, por qualquer motivo
Percentual de pessoas que viajam e se interessam por atividades de ecoturismo
Gasto médio por viagem.

Em 2021, do total de viagens realizadas internamente no Brasil, 85,4% foram por Motivos Pessoais. Entre os Motivos Pessoais que causaram a viagem, a opção Lazer respondeu por 35,7%. Destes, 25,6% buscaram destinos de natureza e ecoturismo.

Assim, estes destinos de natureza responderam por:

$85,4\% \times 35,7\% \times 25,6\% = 7,80\%$ do total de viagens realizadas no Brasil, em 2021

O gasto médio por viagem realizada no Brasil, em 2021, foi estimado pela PNAD Continua em R\$ 1.331,00.

Em 2019, cerca de 350 mil turistas e visitantes estiveram na cidade, segundo informações da Neltur ao jornal A Tribuna (18/01/2020).

Levando em conta que as atividades de ecoturismo agregam 7,8% dos viajantes internos do Brasil, mantida a mesma proporção com os visitantes de Niterói, teríamos um potencial de 27.300 ecoturista. Que, ao realizar o mesmo gasto médio nacional de R\$ 1.330,00 consolidariam um potencial de mercado de R\$ 36 milhões / ano.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

RECOMENDAÇÕES FINAIS

Niterói tem importantes forças para o desenvolvimento do ecoturismo, mas também precisa preparar-se adequadamente se desejar se posicionar como um destino competitivo no cenário nacional.

O desenvolvimento do ecoturismo deve promover a conservação e a valorização dos recursos ambientais, culturais e turísticos de Niterói. A oferta deve passar pela estruturação do destino, com serviços, infraestrutura e apoio ao turista que comportem a prática do ecoturismo, desde a participação da população de Niterói até a promoção e comercialização do destino.

A atratividade em produtos do segmento do ecoturismo implica em conhecimento do perfil do visitante, o incentivo à promoção da responsabilidade social e ambiental, à valorização da cultura local e a integração com atividades de outros segmentos turísticos.

No caso do ecoturismo, a promoção e a operacionalização do destino não cabe apenas ao setor privado. A administração pública é parte da cadeia de estruturação dos produtos de ecoturismo, em função de atividades e ações desenvolvidas em Unidades de Conservação, cuja gestão lhe pertence.

É de fundamental importância a articulação interinstitucional para que se possam estabelecer parcerias entre todos os integrantes da cadeia produtiva do ecoturismo, de maneira que sejam realizadas ações como, planejamento, ordenamento, monitoramento implantação de infraestrutura e qualificação profissional para a efetiva oferta do produto nos mercados nacionais e internacionais do turismo.

As empresas do ecoturismo e trade turístico devem estar atentas à promoção de seus negócios e do destino Niterói, visando a entrega de produtos / ofertas ao público alvo da cadeia distributiva do ecoturismo.

Ações articuladas entre os diversos setores do trade turístico (empresários, empreendedores de equipamentos e serviços turísticos) com prefeitura, organizações não governamentais, instituições de ensino e pesquisa e associações comunitárias são vitais para ampliar, diversificar e qualificar a oferta turística da região, pela estruturação de produtos e atividades turísticas e pela melhoria das instalações dos equipamentos e serviços turísticos compatíveis com o ecoturismo.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

RECOMENDAÇÕES FINAIS

Importante ressaltar, também, a necessidade de envolvimento com a população de Niterói para o desenvolvimento do ecoturismo na cidade, seja para desenvolver produtos turísticos, trazer mais atores para os processos de decisão ou ainda para apoio à proteção dos recursos naturais. A participação ativa da sociedade, juntamente com governo e empresários é a base para a sustentabilidade do turismo.

O sentimento de pertencer ao grupo e região onde se valoriza a sustentabilidade e responsabilidade ambiental é que estabelece a relação das pessoas com o lugar, criando o interesse e a consciência de que se deve valorizar, proteger e conservar os recursos naturais e a cultura local.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

RECOMENDAÇÕES ADICIONAIS PARA PLANO DE MARKETING

1 - Criar instrumento de agregação de serviços de vários agentes e consolidação de ofertas de ecoturismo. Por exemplo, Passaporte de Ecoturismo Niterói

2 - Envolver a população de Niterói, no sentimento de pertencimento a uma cidade que preza a sustentabilidade e preservação climática, atraindo visitantes por estes motivos.

3 - Ecoturismo demanda interpretação dos locais visitados. É necessário a criação de um *storytelling* para cada um dos equipamentos, contando sua história, ícones e fatores de diferenciação.

4 - Criar produtos específicos para visitação de pessoas da melhor idade, recém aposentados ou que tenham autonomia em termos de locais de trabalho para visitação aos equipamentos fora dos períodos de alta demanda, como finais de semana ou férias.

5 - Aumentar a presença digital e visibilidade em Redes Sociais. Buscar envolvimento do trade turístico, com rodadas de negócios entre rede hoteleira, agências de receptivo e fornecedores de serviços turísticos.

Elaborado para:



STUDX Marketing & Negócios
Outubro de 2022

