

# PESQUISA DE PERCEPÇÃO TURÍSTICA DA REGIÃO PORTUÁRIA ALTA TEMPORADA

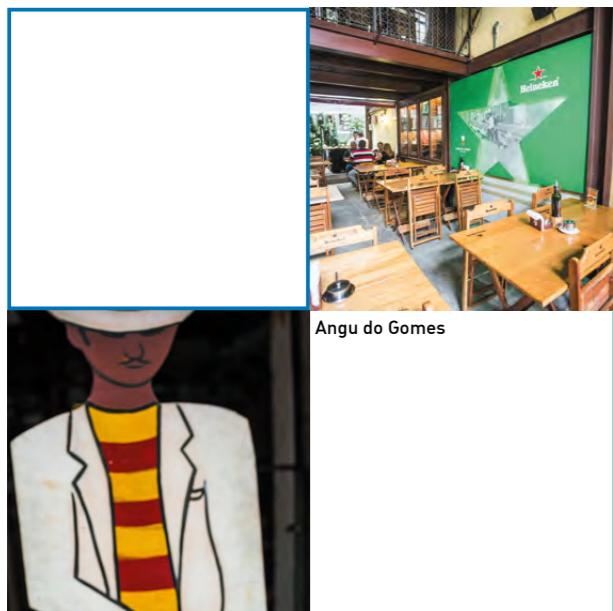


# PESQUISA DE PERCEPÇÃO TURÍSTICA DA REGIÃO PORTUÁRIA

## ALTA TEMPORADA



ECONOMIA URBANA | The SEBRAE logo, consisting of the word "SEBRAE" in a blue sans-serif font next to a blue horizontal bar with vertical stripes.



Angu do Gomes

**2016. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro  
- Sebrae/RJ**

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação de direitos autorais (Lei nº 9.610).

**Informações e contatos**

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro  
- Sebrae/RJ

Rua Santa Luzia, 685 - 6º, 7º e 9º andares - Centro - Rio de Janeiro - RJ  
- CEP: 20030-041

Telefone: 0800 570 0800 - site: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

**Presidente do Conselho Deliberativo Estadual**

Ângela Costa

**Diretor-superintendente**

Cesar Vasquez

**Diretor de Produto e Atendimento**

Armando Augusto Clemente

**Diretor de Desenvolvimento**

Evandro Peçanha Alves

**Gerência de Gestão Estratégica**

Francisco José da Nóbrega Cesarino - Gerente

Patrícia Reis Pereira - Analista

Felipe da Silva Antunes - Analista

Juliana Domiciano Cupti Madeira - Analista

Alice Cordeiro de Oliveira - Estagiária

**Equipe de Economia Urbana**

Flavia Cristina Guerra dos Santos Barbieri - Coordenadora

Débora Ferreira Finamore - Analista

Edmilson Gonçalves de Mendonça - Analista

Mayara Gonzales de Sá Lobato - Analista

Tainá Pedreira Alves - Analista

Luiza Santos Ribas Felgueiras Napoli - Estagiária

Isabela Magalhães dos Santos - Estagiária

**Projeto gráfico**

Artur Fonseca da Silva

**Impressão**

Copy House Serviços Reprográficos Ltda.



Praça Mauá



Praça Mauá

## SUMÁRIO

**9** | APRESENTAÇÃO

**13** | SEBRAE NO PORTO

**17** | METODOLOGIA

**21** | ANÁLISE DOS DADOS

**75** | SÍNTESE DA PESQUISA

**79** | APÊNDICES

**102** | FICHA TÉCNICA



Praça Mauá

A presente **Pesquisa de Percepção Turística da Região Portuária** é a primeira de uma série de pesquisas a serem realizadas em três momentos distintos – alta e baixa temporada e o período das Olimpíadas. Este relatório abrange os resultados da abordagem ocorrida durante o mês de fevereiro de 2016, período de alta temporada turística da cidade (incluindo a movimentação de passageiros que chegam nos navios de cruzeiro).

A pesquisa atinge turistas (nacionais e estrangeiros), cruzeiristas (domésticos e do exterior) e visitantes (moradores da cidade ou não). Concentra-se na impressão que tais entrevistados tiveram quanto a mobilidade urbana, infraestrutura, comércio e equipamentos de apoio durante sua visitação à área da Região Portuária. Revela ainda as impressões sobre o impacto turístico, causado pela grande revitalização urbana ocorrida na região e, sobretudo, nos aspectos relativos aos serviços de apoio à visitação.

A pesquisa procurou traçar o perfil dos turistas, visitantes e cruzeiristas, usuários de produtos e serviços da Região Portuária da cidade do Rio de Janeiro (notadamente a Praça Mauá e seu entorno), pois, quando abordados, suas respostas permitiram análises sobre o consumo e indicações do grau de satisfação em relação à área delimitada.

O conjunto de pesquisas colherá opiniões dos usuários, permitindo que, desta forma, sejam obtidas informações importantes sobre o que necessitam para uma estadia agradável. A realização da pesquisa em três momentos permitirá um olhar pragmático e prolongado sobre o turismo na Região Portuária, reforçando a importância de sua execução e possibilitando traçar os diferentes perfis de público ao longo do ano.

**Para essa pesquisa, foram estabelecidas três classificações de entrevistados:**

		
<p><b>Turistas</b> São aqueles que permanecem uma ou mais noites na cidade do Rio de Janeiro.</p>	<p><b>Cruzeiristas</b> São os passageiros de cruzeiros marítimos.</p>	<p><b>Visitantes</b> São as demais pessoas que visitaram a Praça Mauá e seu entorno, porém, não pernoitaram na cidade.</p>



Angu do Gomes

Os dados obtidos fornecerão elementos ao Sebrae/RJ para aprimorar sua atuação no âmbito do projeto Sebrae no Porto e proporcionarão subsídios estratégicos para parceiros e empresas atendidos pelo projeto.

As informações apresentadas permitirão, ainda, a interação entre os envolvidos nesse cenário, incentivando-os a participar de iniciativas que os tornem mais competitivos no mercado e aptos a melhorar a gestão e a comercialização de seu negócio, de forma a permitir ao empresário uma visão de oportunidades de negócio, que é o principal objetivo desta pesquisa.

Localizada em área histórica do Rio de Janeiro, no Centro da cidade, a Região Portuária torna-se um referencial enquanto atrativo, criando uma nova cena turística no próprio local e no município – segundo polo receptor de turistas do Brasil –, sendo composta por restaurantes, centros de lazer e comércio e pontos turísticos plenos de história, como o Circuito da Herança

Africana, e ainda os novos âncoras culturais do Turismo no Porto: o MAR – Museu de Arte do Rio e o Museu do Amanhã e o futuro AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro, que será inaugurado em breve.

Junto a isso, há um amplo processo de revitalização da Região Portuária (Praça Mauá e adjacências), com investimentos em infraestrutura de ruas e vias e mobilidade urbana renovadas e uma combinação de negócios atrativos aos turistas, como o turismo de experiência, formando um conjunto que torna a região foco desta pesquisa uma atração das mais relevantes para o turismo do Rio de Janeiro.

Deve-se ressaltar que a pesquisa aqui apresentada é focada na análise dos entrevistados com relação à infraestrutura local e aos serviços de apoio à visitação, passando pela absorção do conceito de turismo de experiência pelo novo perfil de turista, o qual procura uma interação com o ambiente e a vivência com a comunidade local.



Praça Mauá



Pedra do Sal



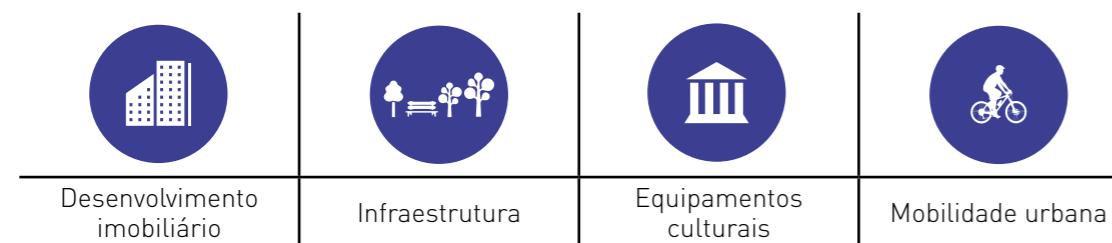
## SEBRAE NO PORTO



MAR – Museu de Arte do Rio

O projeto Sebrae no Porto é uma iniciativa do Sebrae/RJ que dá suporte a empresários de micro ou pequenos negócios que atuam ou pretendem atuar na Região Portuária do Rio de Janeiro – formada pelos bairros da Saúde, Gamboa, Santo Cristo e parte do Centro (trecho entre as avenidas Presidente Vargas e Rio Branco, rua Senador Pompeu e Central do Brasil).

Tem como base quatro pilares de transformação local:



A atuação do Sebrae/RJ tem como foco induzir o pleno aproveitamento das oportunidades resultantes do processo promovido pela revitalização da Região Portuária.

A Região Portuária da cidade do Rio de Janeiro tornou-se uma nova opção urbana para o turismo uma vez que, desde 2009, vem sendo revitalizada por meio do projeto Porto Maravilha. A região recebeu grandes investimentos que trouxeram desenvolvimento imobiliário (novos prédios comerciais e residenciais), construção e renovação de espaços culturais (MAR – Museu de Arte do Rio, nova Praça Mauá, Museu do Amanhã e o AquaRio – Aquário Marinho do Rio de Janeiro) e melhoria da mobilidade urbana com áreas abertas (VLT e ciclovias). O processo de renovação inclui também melhorias em infraestrutura como ruas, calçadas, novas vias e túneis.

O **Sebrae no Porto** atua por meio de:

- **Informação estratégica:** com publicações de dados e informações sobre as mudanças surgidas pela transformação da Região Portuária;
- **Orientação empresarial:** com atendimento porta a porta pelos seus agentes nos negócios em funcionamento na região;
- **Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade:** com a organização de roteiros de visitação que exploram de forma integrada o turismo, a gastronomia, as artes e os eventos da Região Portuária;
- **Consultoria:** personalizada para auxiliar na adequação e criação de negócios de acordo com as novas oportunidades; e



Rua Sacadura Cabral

- **Rodadas de negócios:** promovendo encontros entre potenciais fornecedores e compradores para geração de vendas e negócios.

O Sebrae/RJ presta ainda atendimento individualizado e sob medida para auxiliar atuais e futuros empreendedores a adequarem seus negócios ao novo contexto da Região Portuária. O apoio abrange micro e pequenas empresas de vários setores, além de investidores e entidades parceiras tanto públicas como privadas.

O Roteiro Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade expressa um conceito de experimentação, que pode relacionar a atividade turística de modo distinto. Turismo de Experiência é o termo mercadologicamente utilizado na atualidade, para descrever uma forma de desenvolver e oferecer produtos turísticos, inserindo o turista como protagonista de sua própria viagem. Nesse sentido, é preciso entender as expectativas do turista atual, que vão além da contemplação passiva dos atrativos.

Segundo o Ministério do Turismo, na cartilha do Tour da Experiência, o turista é visto atualmente como um sujeito mais consciente e mais desejoso da sensação de exclusividade, buscando mais que uma atividade de interesse geral, e sim, de interesse especial, para a realização dos seus sonhos. Ele está em busca de experiências inesquecíveis, que marquem sua alma, alterem sua vida e permaneçam eternamente em suas memórias. No entanto, para atendê-lo, em consonância com esta nova realidade, é preciso que o setor turístico se adapte, ofertando alternativas



Creperia Cliché



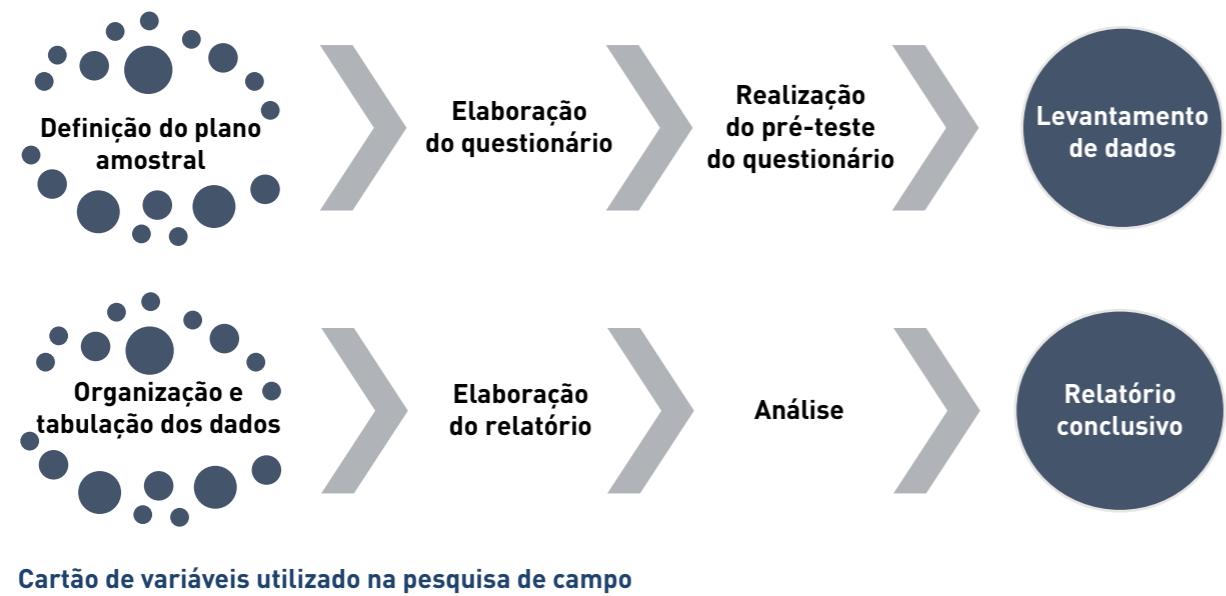
para suprir esses desejos. Uma das principais alternativas é a inclusão de empresas que não fazem parte da cadeia produtiva do turismo tradicional, como as de comércio e serviços, o que traz um grande benefício para toda a economia local.

O Tour da Experiência no Porto: 3x4 da Brasilidade é um roteiro turístico na Região Portuária que leva o visitante de volta às origens, contando um pouco da trajetória do Brasil e da formação da identidade cultural do Rio. Esse tour foi desenvolvido com pequenas empresas da Região Portuária, com o objetivo de fomentar e organizar as atividades turísticas locais, e envolve um conjunto de diferentes experiências que unem história, cultura, arte, gastronomia, hospedagem e compras de um jeito bem carioca.



## METODOLOGIA

O escopo primordial desta pesquisa, assim como ocorreu na primeira etapa (alta temporada) e na segunda (baixa temporada), foi arquitetado para reconhecer como os turistas percebem o atual cenário da Região Portuária quanto às adequações e melhorias ali surgidas, em especial, aquelas após sua revitalização. Deste modo, abaixo são apresentadas as etapas para o desenvolvimento da pesquisa:



Cartão de variáveis utilizado na pesquisa de campo



De acordo com o cronograma estabelecido, esta pesquisa ocorreu em fevereiro de 2016, com 1.196 entrevistas válidas com turistas, cruzeiristas e visitantes, nacionais e estrangeiros.

Foi realizada por meio de um instrumento de pesquisa (questionário) devidamente formatado e aplicado por equipe de entrevistadores capacitada para a realização do levantamento das informações.

Utilizou-se ainda um cartão de variáveis que apresentava os atrativos turísticos da Região Portuária para serem identificados pelo pesquisado.

O tamanho da amostra teve um número necessário de respondentes para que os resultados obtidos fossem precisos e confiáveis, diminuindo-se ao máximo as percentagens de erros.

**População da pesquisa (público-alvo):**  
**Visitantes, turistas e cruzeiristas presentes na Região Portuária.**

**Amostra da pesquisa:**

Margem de erro → 2,9%.  
Grau de confiança → 95,5%.

**Total de entrevistados (amostra da pesquisa):**  
1.196 pessoas.

A pesquisa de campo foi de natureza quantitativa, com a aplicação de um instrumento formado por perguntas abertas (em que a opinião do entrevistado pode ser expressada) e fechadas (em que há opções de respostas a serem escolhidas pelo entrevistado). O conceito Survey foi a tipologia adotada, consistindo na aplicação de questionários previamente testados junto aos públicos-alvo, com características compatíveis com as definidas na área de pesquisa proposta.

A pesquisa amostral transpassa, *a posteriori*, a estratificação dos dados, o que amplia a visão da análise dos resultados. O método adotado para cálculo da amostra foi o probabilístico (representativo da população), com estratificação de turistas, cruzeiristas e visitantes e escolha aleatória dos respondentes, sem julgamento por etnia, padrão social, gênero ou qualquer outro aspecto que segregasse respondentes, respeitando a margem de erro e o grau de confiança pleiteados na pesquisa. A margem de erro foi de 2,9% e o grau de confiança de 95,5%.

Nesta pesquisa também foi considerada como fonte de informações a opinião dos turistas estrangeiros, encontrada anexa, havendo adequação da linguagem do questionário e uso de pesquisador bilíngue abordando este público e obtendo os dados desejados.

Os dados primários servem como indicadores precisos para saber quais são as expectativas e necessidades do usuário. Sob este contexto, as dimensões propostas na pesquisa alcançam o perfil socioeconômico do visitante, o reconhecimento do público e seu relacionamento com as empresas/atrativos turísticos e, ainda, o formato de promoção e comercialização de produtos e serviços que as empresas utilizam. Se estendem, ainda dentro das propostas da pesquisa, à opinião dos entrevistados quanto à infraestrutura local – com destaque para segurança, limpeza, organização e acesso, entre outros serviços de apoio –, fechando assim o cenário local do grupo de empresas que atuam na Região Portuária.

Os propósitos desta pesquisa de percepção são mensurar, a partir das indagações propostas os seguintes aspectos:

- Referências ao local de moradia dos entrevistados;
- Motivo da viagem;
- A imagem identificada dos atrativos;
- Opinião quanto às mudanças / transformações da Região Portuária;
- Grau de satisfação e se indicariam dos atrativos visitados na região;
- Opinião sobre a infraestrutura da Região Portuária, com destaque à segurança, limpeza, acessibilidade, estacionamento e demais áreas de convivência;
- Busca por informações turísticas;
- O grau de satisfação com relação a equipamentos turísticos, comércio e empreendimentos de cultura e lazer da Região Portuária;
- Gastos e deslocamento até a Região Portuária;
- Conhecimento sobre o Projeto “Roteiro Tour da Experiência no Porto”; e
- Identificação do perfil dos entrevistados.

A partir dos números do quadro abaixo, são analisadas diversas características dos entrevistados:

Tipo de entrevistado		
Perfil	Quantidade	%
	444	37,1%
	344	28,8%
	408	34,1%
<b>Total</b>	<b>1.196</b>	<b>100%</b>



Creperia Cliché

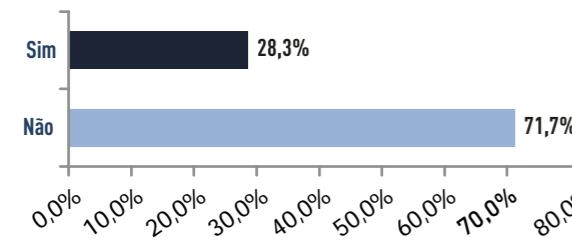
## ANÁLISE DOS DADOS

## ONDE MORAM

Você é morador da cidade do Rio de Janeiro?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Sim	338	28,3%	28,3%
Não	858	71,7%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>1196</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

A primeira abordagem com todos os 1.196 entrevistados retrata sua origem. Nota-se que 28,3% são **moradores do Rio de Janeiro** (338) e os demais 71,7% são moradores de outras cidades, Estados brasileiros ou países (858).

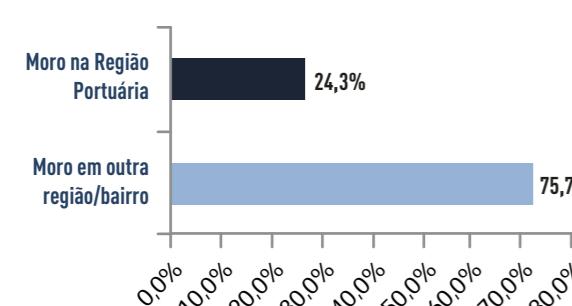
## Você é morador da cidade do Rio de Janeiro?



Em seguida, foram identificados dentre 338 os moradores da cidade do Rio de Janeiro, quantos **residiam na Região Portuária** ou nas demais regiões/bairros da capital fluminense. Destes, **24,3%** moram na Região Portuária.

Sendo morador da cidade do Rio de Janeiro, onde mora?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Moro na Região Portuária	82	24,3%	24,3%
Moro em outra região/bairro	256	75,7%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

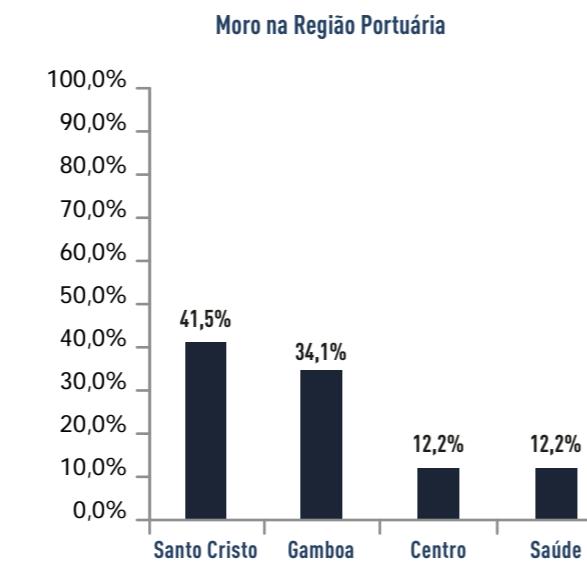
## Sendo morador da cidade do Rio de Janeiro, onde mora?



Moro na Região Portuária			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Santo Cristo	34	41,5%	41,5%
Gamboa	28	34,1%	75,6%
Centro	10	12,2%	87,8%
Saúde	10	12,2%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

## Em branco 0 0,0%

Os **82 moradores** entrevistados considerados como pertencentes ao grupo de visitantes nesta pesquisa estão distribuídos nos quatro bairros que formam a Região Portuária: **41,5%** residem no **Santo Cristo**, **34,1%** na **Gamboa** e ainda outros **12,2%** no **Centro** e na **Saúde**, respectivamente.

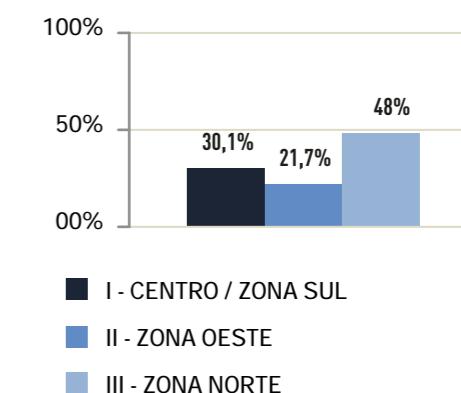


Como a pesquisa adotou a escolha aleatória de seus entrevistados, o gráfico anterior não reflete a proporcionalidade de moradores de cada bairro, demonstrando apenas o número de entrevistados por bairro. O mesmo ocorre na informação seguinte, com os moradores de outros bairros fora da Região Portuária.

Moro em outra região / bairro:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Realengo	12	4,6%	4,6%
Ramos	10	3,8%	8,4%
Bangu	9	3,4%	11,8%
Campo Grande	9	3,4%	15,2%
Olaria	9	3,4%	18,6%
Vila da Penha	9	3,4%	22,0%
Madureira	8	3,0%	25,0%
Laranjeiras	7	2,6%	27,6%
Quintino	7	2,6%	30,2%
São Cristóvão	7	2,6%	32,8%
Cascadura	6	2,4%	35,2%
Copacabana	6	2,4%	37,6%
Méier	6	2,4%	40,0%
Tijuca	6	2,4%	42,4%
Anchieta	5	2,0%	44,4%
Catete	5	2,0%	46,4%
Irajá	5	2,0%	48,4%
Penha	5	2,0%	50,4%
Santa Teresa	5	2,0%	52,4%

Daqueles que **não residem na Região Portuária** (256 respondentes - 75,7% dos moradores de demais áreas da cidade do Rio de Janeiro), a maioria informou onde vive, totalizando **83 bairros distintos**. Em destaque, os bairros que tiveram pelo menos **cinco cotações**, neste caso, os 19 primeiros bairros mencionados.

Percebe-se que os bairros apontados não são *a priori* limítrofes à Região Portuária, o que traz um dado interessante em relação ao público visitante que habita a cidade do Rio de Janeiro. Observa-se que os entrevistados que mais visitam aquela região estão localizados na zona norte do Rio de Janeiro, exceto Laranjeiras, Copacabana, Catete, localizados na zona sul, e Santa Teresa, da zona central carioca.



Na tabela a seguir, é possível visualizar com mais detalhe os demais bairros/localidades dos moradores do Rio de Janeiro, também predominando a zona norte.

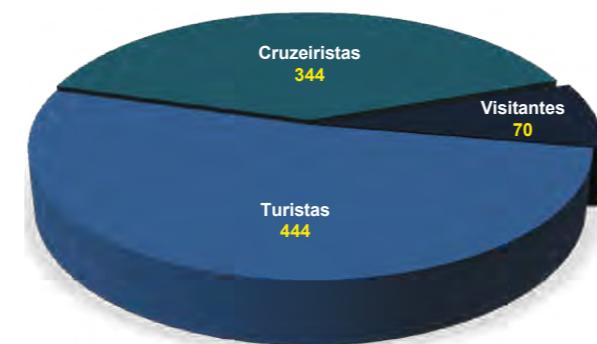
Moro Em Outra Região / Bairro:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Realengo	12	4,6%	4,6%
Ramos	10	3,8%	8,4%
Bangu	9	3,4%	11,8%
Campo Grande	9	3,4%	15,2%
Olaria	9	3,4%	18,6%
Vila da Penha	9	3,4%	22,0%
Madureira	8	3,0%	25,0%
Laranjeiras	7	2,6%	27,6%
Quintino	7	2,6%	30,2%
São Cristóvão	7	2,6%	32,8%
Cascadura	6	2,4%	35,2%
Copacabana	6	2,4%	37,6%
Méier	6	2,4%	40,0%
Tijuca	6	2,4%	42,4%
Anchieta	5	2,0%	44,4%
Catete	5	2,0%	46,4%
Irajá	5	2,0%	48,4%
Penha	5	2,0%	50,4%
Santa Teresa	5	2,0%	52,4%
Bonsucesso	4	1,6%	54,0%
Cordovil	4	1,6%	55,6%
Engenho Novo	4	1,6%	57,2%
Padre Miguel	4	1,6%	58,8%
Recreio	4	1,6%	60,4%
Sepetiba	4	1,6%	62,0%
Taquara	4	1,6%	63,6%
Brás de Pina	3	1,2%	64,8%
Catumbi	3	1,2%	66,0%
Inhaúma	3	1,2%	67,2%
Pavuna	3	1,2%	68,4%

Moro em outra região / bairro:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Pilares	3	1,2%	69,6%
Santa Cruz	3	1,2%	70,8%
Barra da Tijuca	2	0,8%	71,6%
Benfica	2	0,8%	72,4%
Botafogo	2	0,8%	73,2%
Coelho Neto	2	0,8%	74,0%
Colégio	2	0,8%	74,8%
Cosme Velho	2	0,8%	75,6%
Deodoro	2	0,8%	76,4%
Engenho da Rainha	2	0,8%	77,2%
Engenho de Dentro	2	0,8%	78,0%
Gávea	2	0,8%	78,8%
Glória	2	0,8%	79,6%
Ilha do Governador	2	0,8%	80,4%
Leblon	2	0,8%	81,2%
Lins	2	0,8%	82,0%
Marechal Hermes	2	0,8%	82,8%
Mesquita	2	0,8%	83,6%
Paciência	2	0,8%	84,4%
Piedade	2	0,8%	85,2%
Ricardo de Albuquerque	2	0,8%	86,0%
São Conrado	2	0,8%	86,8%
Vila Valqueire	2	0,8%	87,6%
Vista Alegre	2	0,8%	88,4%
Andaraí	1	0,4%	88,8%
Bairro de Fátima	1	0,4%	89,2%
Cachambi	1	0,4%	89,6%
Caju	1	0,4%	90,0%
Campinho	1	0,4%	90,4%
Comendador Soares	1	0,4%	90,8%
Costa Barros	1	0,4%	91,2%
Curicica	1	0,4%	91,6%
Del Castilho	1	0,4%	92,0%
Encantado	1	0,4%	92,4%
Freguesia	1	0,4%	92,8%
Grajaú	1	0,4%	93,2%
Honório Gurgel	1	0,4%	93,6%
Ipanema	1	0,4%	94,0%
Jacarepaguá	1	0,4%	94,4%
Jardim América	1	0,4%	94,8%
Jardim Sulacap	1	0,4%	95,2%
Lapa	1	0,4%	95,6%
Manguinhos	1	0,4%	96,0%
Maracanã	1	0,4%	96,4%
Riachuelo	1	0,4%	96,8%
Riocentro	1	0,4%	97,2%

Moro em outra região / bairro:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Rio Comprido	1	0,4%	97,6%
Rocha Miranda	1	0,4%	98,0%
Rocinha	1	0,4%	98,4%
Santo Cristo	1	0,4%	98,8%
Saúde	1	0,4%	99,2%
Senador Camará	1	0,4%	99,6%
Tanque	1	0,4%	100%
<b>Total</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,4%</b>	

Entre os entrevistados que indicam não morar na cidade do Rio de Janeiro (858 respondentes, 71,7% dos entrevistados) é possível identificar que **444** são **turistas**, **344** são **cruzeiristas** e **70** são **visitantes**, ou seja, não residem na cidade do Rio de Janeiro e não pernoitaram na cidade, retornando no mesmo dia para sua cidade de origem.

Não residem no Rio de Janeiro			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Turistas	<b>444</b>	51,7%	51,7%
Cruzeiristas	<b>344</b>	40,1%	91,8%
Visitantes	<b>70</b>	8,2%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>858</b>	<b>100%</b>	



Dos entrevistados que não residem na cidade do Rio de Janeiro (858 respondentes), a maioria vem de locais (Estado ou cidade) como São Paulo (56 pessoas), Santos (25 pesquisados) e Belo Horizonte (21 abordados).

No próximo quadro estão listadas as 20 localidades mais citadas.

Se não mora no Rio de Janeiro, mora em:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
São Paulo	<b>56</b>	6,7%	6,7%
Santos	<b>25</b>	3,0%	3,0%
Belo Horizonte	<b>21</b>	2,6%	2,6%
Itu	<b>20</b>	2,4%	2,4%
Goiânia	<b>19</b>	2,3%	2,3%
Manaus	<b>18</b>	2,2%	2,2%
Piracicaba	<b>18</b>	2,2%	2,2%
Vitória	<b>17</b>	2,1%	2,1%
Bahia	<b>16</b>	2,0%	2,0%
Juiz de Fora	<b>16</b>	2,0%	2,0%
Ubatuba	<b>16</b>	2,0%	2,0%
Curitiba	<b>15</b>	1,9%	1,9%
Porto Alegre	<b>15</b>	1,9%	1,9%
Duque de Caxias	<b>12</b>	1,5%	1,5%
Brasília	<b>11</b>	1,3%	1,3%
Paraná	<b>11</b>	1,3%	1,3%
Ribeirão Preto	<b>11</b>	1,3%	1,3%
Barretos	<b>10</b>	1,2%	1,2%
Fortaleza	<b>10</b>	1,2%	1,2%
Miami	<b>10</b>	1,2%	1,2%

\* Importante destacar que, em alguns casos, durante a coleta de dados o respondente não cita sua cidade e, sim, sua localidade, expressando implicitamente o Estado de onde vem.

Considerando-se as 20 localidades com maior número de entrevistados, São Paulo surge como principal emissor. Já no Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias surgiu como o com maior número de respondentes: **12 entrevistados**, considerados visitantes, pois não pernoitaram na cidade do Rio de Janeiro.

#### Nota!

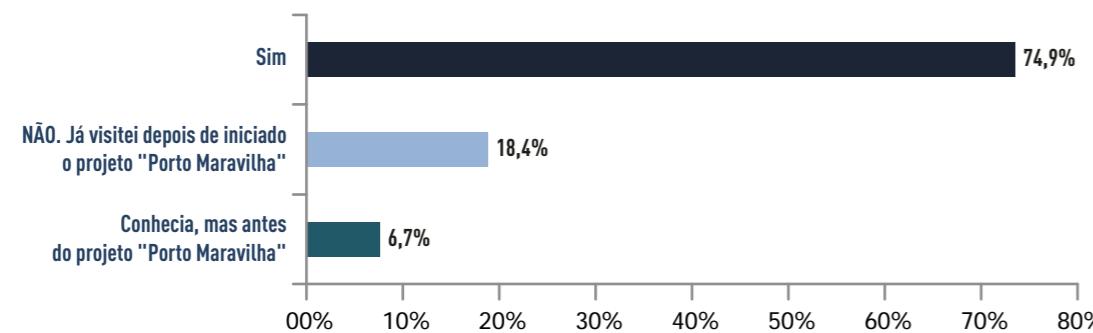
Mesmo estando dentro das **20 localidades mais citadas**, Miami surge com **10 entrevistados**, e, por ser um local fora do País, corresponde a parte dos estrangeiros na pesquisa.

#### VEZES QUE VISITARAM

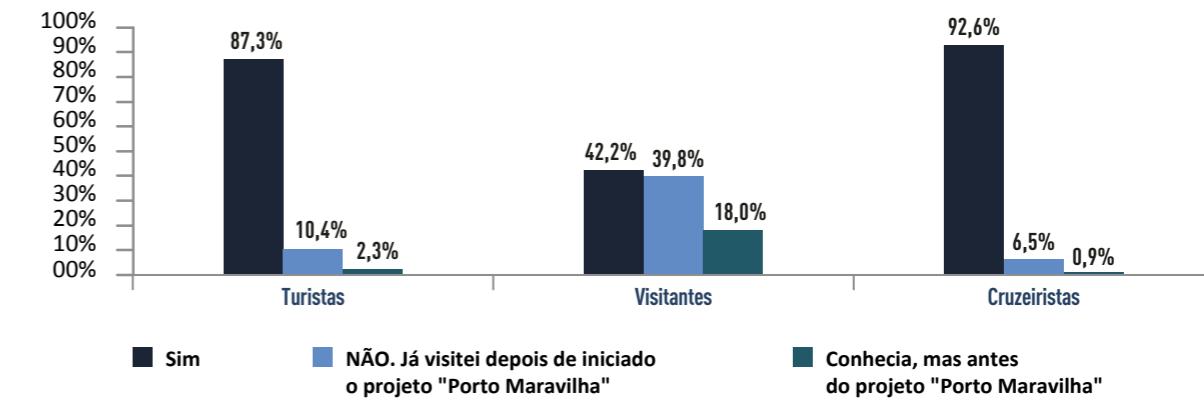
Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Sim	<b>774</b>	74,9%	74,9%
Não. Já visitei depois de iniciado o projeto "Porto Maravilha"	<b>190</b>	18,4%	93,3%
Conhecia, mas antes do projeto "Porto Maravilha"	<b>70</b>	6,7%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>1034</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>80</b>	<b>7,2%</b>	

A pesquisa pergunta entre aqueles que não moram na Região Portuária (1.114 respondentes), se era a **primeira vez que visitavam** ou se já conheciam aquela área do Rio de Janeiro. No geral, **74,9%** disseram que estavam indo pela primeira vez ao local. Já **18,4%** mencionaram que haviam visitado a região após iniciada a revitalização da Região Portuária. Apenas **6,7%** atestaram que haviam ido à região, anteriormente.

Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?



Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?



#### Por perfis de entrevistados

##### TURISTAS

Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?

Opção	Qty	%	% Acumulado
Sim	351	87,3%	87,3%
Não. Já visitei depois de iniciado o projeto "Porto Maravilha"	42	10,4%	97,7%
Conhecia, mas antes do projeto "Porto Maravilha"	9	2,3%	100%
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>42</b>	<b>9,5%</b>	

##### VISITANTES

Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?

Opção	Qty	%	% Acumulado
Sim	136	42,2%	42,2%
Não. Já visitei depois de iniciado o projeto "Porto Maravilha"	128	39,8%	82,0%
Conhecia, mas antes do projeto "Porto Maravilha"	58	18,0%	100%
<b>Total</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>4</b>	<b>1,2%</b>	

##### CRUZEIRISTAS

Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?

Opção	Qty	%	% Acumulado
Sim	287	92,6%	92,6%
Não. Já visitei depois de iniciado o projeto "Porto Maravilha"	20	6,5%	99,1%
Conhecia, mas antes do projeto "Porto Maravilha"	3	0,9%	100%
<b>Total</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>34</b>	<b>9,9%</b>	

\* Dentre os 408 visitantes, 82 são da Região Portuária, portanto, na tabela são apresentados os não moradores (326 respondentes).

Compilando os três perfis de entrevistados – **visitantes**, **turistas** e **cruzeiristas** – pode-se observar que os **cruzeiristas** foram os que mais afirmaram terem ido pela primeira vez à Região Portuária (92,6%).

#### Vezes que visitou a Região Portuária depois de iniciado o projeto Porto Maravilha:

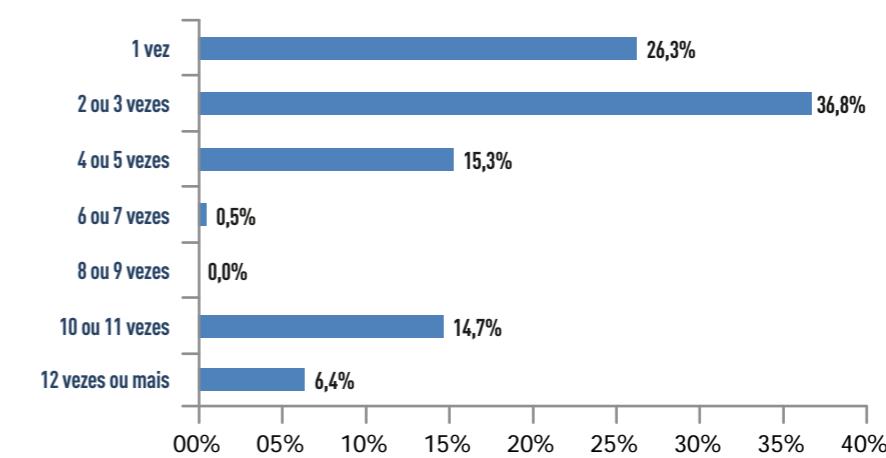
Opção	Qty	%	% Acumulado
1 vez	50	26,3%	26,3%
2 ou 3 vezes	70	36,8%	63,1%
4 ou 5 vezes	29	15,3%	78,4%
6 ou 7 vezes	1	0,5%	78,9%
8 ou 9 vezes	0	0,0%	78,9%
10 ou 11 vezes	28	14,7%	93,6%
12 vezes ou mais	12	6,4%	100%
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>	

Daqueles que são **visitantes**, nota-se que 42,2% foram ao local pela primeira vez e 39,8% já estiveram lá após o início da revitalização. Outros 18% já conheciam a Região Portuária antes do início de sua revitalização.

Abordados quanto ao **número de vezes que já visitaram a Região Portuária** depois da revitalização, o maior percentual (36,8%) é daqueles que lá estiveram por **duas ou três vezes**.

Outros entrevistados (26,3%) afirmam ter ido apenas uma vez. Por outro lado, se somados, 21,1% já visitaram o local **dez vezes ou mais**.

#### Vezes que visitou a Região Portuária depois de iniciado o projeto Porto Maravilha:



## TURISTAS

Vezes que visitou a Região Portuária depois de iniciado o projeto Porto Maravilha:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
1 vez	14	33,3%	33,3%
2 ou 3 vezes	17	40,5%	73,8%
4 ou 5 vezes	8	19,0%	92,8%
6 ou 7 vezes	0	0,0%	92,8%
8 ou 9 vezes	0	0,0%	92,8%
10 ou 11 vezes	2	4,8%	97,6%
12 vezes ou mais	1	2,4%	100%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>	

Ampliando o olhar sobre estas informações, nota-se que os **turistas** são os que mais repetiram a ida à Região Portuária entre **duas ou três vezes**, atingindo **40,5%**.

Já entre os **visitantes**, **37,5%** disseram ter visitado **duas ou três vezes**.

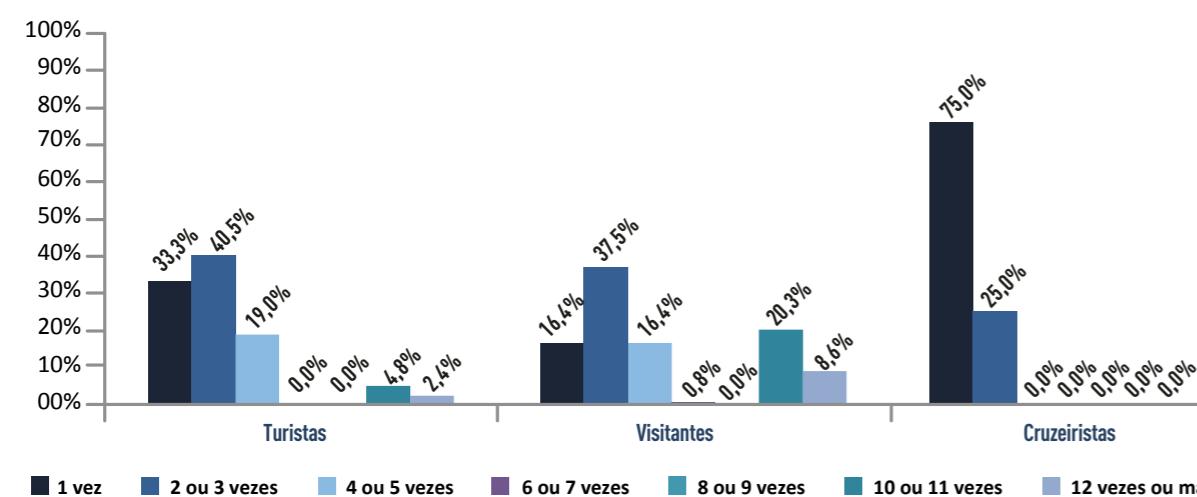
## VISITANTES

Vezes que visitou a Região Portuária depois de iniciado o projeto Porto Maravilha:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
1 vez	21	16,4%	16,4%
2 ou 3 vezes	48	37,5%	53,9%
4 ou 5 vezes	21	16,4%	70,3%
6 ou 7 vezes	1	0,8%	71,1%
8 ou 9 vezes	0	0,0%	71,1%
10 ou 11 vezes	26	20,3%	91,4%
12 vezes ou mais	11	8,6%	100%
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>	

Se somados, **28,9%** dos **visitantes** já visitaram a Região Portuária **dez vezes ou mais**.

A seguir, tem-se a visão de todos os perfis de entrevistados sobre o número de vezes que visitaram a Região Portuária depois de iniciada sua revitalização, destacando os 75% dos **cruzeiristas** que visitaram o local uma vez.

## Vezes que visitou a Região Portuária depois de iniciado o projeto Porto Maravilha:



Visualizando apenas os cruzeiristas na tabela anterior, podemos observar que:

- 75% visitaram pela primeira vez a Região Portuária;
- 25% já foram duas ou três vezes àquela região; e
- **Não há cruzeiristas que visitaram a Região Portuária quatro vezes ou mais.**

## MOTIVO DA VIAGEM

Como a pesquisa está avaliando o produto turístico (Região Portuária), o visitante não foi foco desta pergunta assim como o cruzeirista que, por sua vez, tem como motivação principal a viagem de navio propriamente dita e não destino. Dirigindo a indagação apenas aos **turistas**, questionando-os sobre o motivo de sua viagem, nota-se que a maioria viajou a **lazer e turismo** (80,9%).

Sendo turista, qual é o motivo dessa viagem?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Lazer e turismo	418	80,9%	80,9%
Visitar amigos e parentes	51	9,9%	90,8%
Participação em eventos	27	5,2%	96,0%
Interesse cultural	10	1,9%	97,9%
Empresarial e de negócios	4	0,8%	98,7%
Para tratar da saúde	3	0,6%	99,3%
Interesse religioso	2	0,3%	99,6%
Interesse em atividades esportivas	1	0,2%	99,8%
Aspectos ecológicos	1	0,2%	100,0%
Outros:	0	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>517</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>3</b>	<b>0,7%</b>	

Ao se computar os **demais motivos** (que, somados, alcançam **19,1%**), vê-se que a visita a amigos e parentes tem percentual próximo de 10%, e que a **participação em eventos** alcança **5,2%**. Houve ainda quem mencionasse que o motivo da viagem se dava em função dos **fatores culturais** (**1,9%**) ou de **negócios** (**0,8%**).

## ABORDAGEM APENAS COM OS MORADORES DA REGIÃO PORTUÁRIA

Sendo morador da Região Portuária:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Já visitei os pontos turísticos/atrativos da região	62	75,6%	75,6%
Já fui aos restaurantes da região	20	24,4%	100,0%
Ainda não visitei os pontos turísticos/atrativos nem os restaurantes da região	0	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

Dando destaque aos atrativos e pontos turísticos da Região Portuária, a pesquisa também direcionou uma abordagem apenas aos **visitantes** moradores locais, indagando-os se já visitaram os **pontos turísticos e restaurantes** ali existentes.

Deste grupo, **75,6%** afirmam já ter visitado os pontos turísticos e atrativos existentes na Região Portuária. Cerca de um quarto dos moradores (**24,4%**) já foi aos restaurantes da Região Portuária.

Entre os moradores da região entrevistados, é possível notar que, de alguma forma, já usufruíram da oferta turística planejada na Região Portuária.

#### O QUE VEM À MENTE DO ENTREVISTADO?

Um dos pontos principais de qualquer pesquisa de percepção do visitante é saber qual imagem o destino ou atrativo (aqui denominado Região Portuária) imprime nas pessoas. Neste quesito, foi indagado na pesquisa: "Quando eu falo de 'Região Portuária', o que lhe vem à cabeça?".

# MUSEU DO AMANHÃ



No geral, cerca de **22%** responderam "BELEZA"; logo em seguida o "MUSEU DO AMANHÃ" e "MUSEU".

#### Quando eu falo de "Região Portuária", o que lhe vem à cabeça?

Opção	Qtd	%	% Ac.
Beleza	268	22,2%	22,2%
Museu do Amanhã	160	13,0%	13,0%
Museu	88	7,0%	7,0%
Navio	45	3,2%	3,2%
Bonito	33	2,2%	2,2%
Revitalização	26	2,0%	2,0%
Reconstrução	23	1,4%	1,4%
Cultura	20	1,3%	1,3%
Praça Mauá	16	1,2%	1,2%
Turismo	16	1,2%	1,2%
Beleza do Porto	12	1,0%	1,0%
Polo	12	1,0%	1,0%
Pedra do Sal	11	0,9%	0,9%
Belo	10	0,8%	0,8%
Cais	10	0,8%	0,8%
Organização	10	0,8%	0,8%
Porto	10	0,8%	0,8%
Cruzeiros	9	0,8%	0,8%
Lindo	8	0,7%	0,7%
Museu de Arte do Rio - Mar	8	0,7%	0,7%

Em uma visualização por perfis de entrevistados, pode-se observar que os **turistas** repetiram a sequência dos entrevistados gerais (somados).

#### TURISTAS

Opção	Qtd	%	% Ac.
Beleza	107	24,3%	24,3%
Museu do Amanhã	59	13,4%	13,4%
Museu	37	8,4%	8,4%
Navio	17	3,9%	3,9%
Reconstrução	13	2,9%	2,9%
Cultura	10	2,4%	2,4%
Beleza do Porto	8	1,9%	1,9%
Revitalização	8	1,9%	1,9%
Praça Mauá	7	1,7%	1,7%
Cruzeiros	6	1,5%	1,5%
Bonito	5	1,2%	1,2%
Museu de Arte do Rio - Mar	5	1,2%	1,2%
Polo	5	1,2%	1,2%
Turismo	5	1,2%	1,2%
Arte	4	1,0%	1,0%
Carnaval	4	1,0%	1,0%
Museus	4	1,0%	1,0%
Reviver	4	1,0%	1,0%
Belo	3	0,8%	0,8%
Modernidade	3	0,8%	0,8%

Já os **visitantes**, quando indagados, responderam “**MUSEU DO AMANHÃ**”, “**BELEZA**” e depois, “**MUSEU**”.

Quando eu falo de “Região Portuária”, o que lhe vem à cabeça?				
Opção	Qtd	%	% Ac.	
Museu Do Amanhã	78	19,4%	19,4%	 19,4%
Beleza	67	16,7%	36,1%	 16,7%
Museu	39	9,7%	45,8%	 9,7%
Revitalização	13	3,2%	49,0%	 3,2%
Navio	11	2,7%	51,7%	 2,7%
Reconstrução	9	2,4%	54,1%	 2,4%
Turismo	9	2,4%	56,5%	 2,4%
Bonito	8	2,3%	58,8%	 2,3%
Pedra do Sal	8	2,3%	61,1%	 2,3%
Polo	7	2,0%	63,1%	 2,0%
Porto	7	2,0%	65,1%	 2,0%
Cultura	4	1,2%	66,3%	 1,2%
Pagode	4	1,2%	67,5%	 1,2%
Praça Mauá	4	1,2%	68,7%	 1,2%
Samba	4	1,2%	69,9%	 1,2%
Cerveja gelada	3	0,9%	70,8%	 0,9%
Cruzeiros	3	0,9%	71,7%	 0,9%
Lazer	3	0,9%	72,6%	 0,9%
Organização	3	0,9%	73,5%	 0,9%
Píer	3	0,9%	74,4%	 0,9%

E por fim, os **cruzeiristas** citam: “**BELEZA**”, “**MUSEU DO AMANHÃ**” e “**BONITO**”

Quando Eu Falo De “Região Portuária”, O Que Lhe Vem À Cabeça?			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Beleza	94	27,5%	27,5%
Museu do Amanhã	23	6,7%	34,2%
Bonito	20	5,8%	40,0%
Navio	17	5,0%	45,0%
Museu	12	3,5%	48,5%
Belo	7	1,9%	50,4%
Cais	7	1,9%	52,3%
Cultura	6	1,7%	54,0%
Lindo	5	1,4%	55,4%
Organização	5	1,4%	56,8%
Praça Mauá	5	1,4%	58,2%
Revitalização	5	1,4%	59,6%
Alegria	4	1,1%	60,7%
Maravilha	4	1,1%	61,8%
Reviver	4	1,1%	62,9%
Transatlântico	4	1,1%	64,0%
Lazer	3	0,9%	64,9%
Mudanças	3	0,9%	65,8%
Porto	3	0,9%	66,7%
Transformação	3	0,9%	67,6%

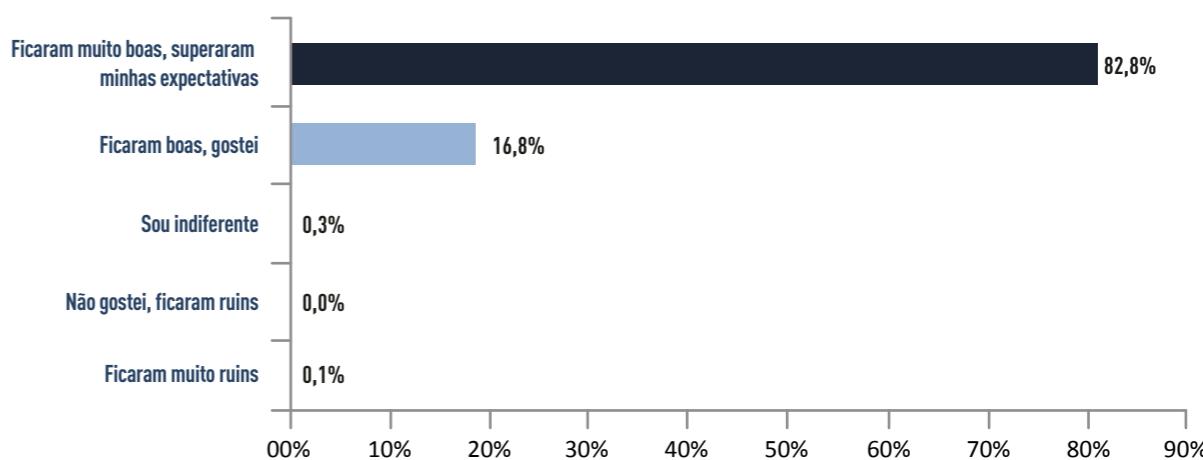
### Observação:

As opções “MUSEU DO AMANHÃ” e “MUSEU” podem parecer se tratar de um mesmo atrativo ou expressão. No entanto, vale ressaltar que há outro museu na região, o Museu de Arte do Rio (MAR), citado por uma quantidade menor de entrevistados. Então, quando os entrevistados não identificam o museu ao qual se referem, a alternativa mantida é apenas “MUSEU”.

## TRANSFORMAÇÕES NA REGIÃO PORTUÁRIA

Com relação às mudanças / transformações da Região Portuária, você diria que:				
Opção	Qtd	%	% Acumulado	
Ficaram muito boas, superaram minhas expectativas	988	82,8%	82,8%	
Ficaram boas, gostei	201	16,8%	99,6%	
Sou indiferente	3	0,3%	99,9%	
Não gostei, ficaram ruins	0	0,0%	99,9%	
Ficaram muito ruins	1	0,1%	100%	
<b>Total</b>	<b>1193</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>3</b>	<b>0,3%</b>		

Com relação às mudanças / transformações da Região Portuária, você diria que?

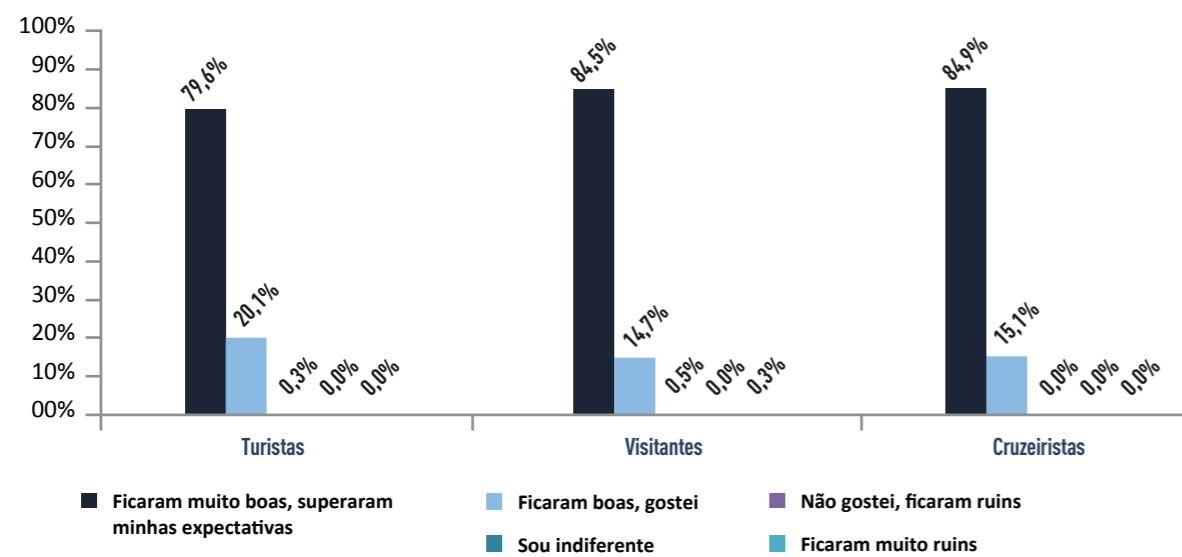


Com relação às **mudanças e transformações** ocorridas na Região Portuária, percebe-se um alto grau de satisfação dos entrevistados, pois **82,8%** comentam terem ficado **muito boas, superando suas expectativas.**

Os **cruzeiristas** são os mais entusiasmados, alcançando quase 85% dos entrevistados neste aspecto. Não distantes estão os **visitantes** que também classificam as transformações como **muito boas, tendo superado as expectativas (84,5%)**.



Com relação às mudanças / transformações da Região Portuária, você diria que?



Um dos pontos consideráveis desta questão é que **não houve** quem não gostasse ou entendesse que as transformações ficaram ruins. Somente um único visitante afirma que ficaram muito ruins, representando ínfimo 0,1%.

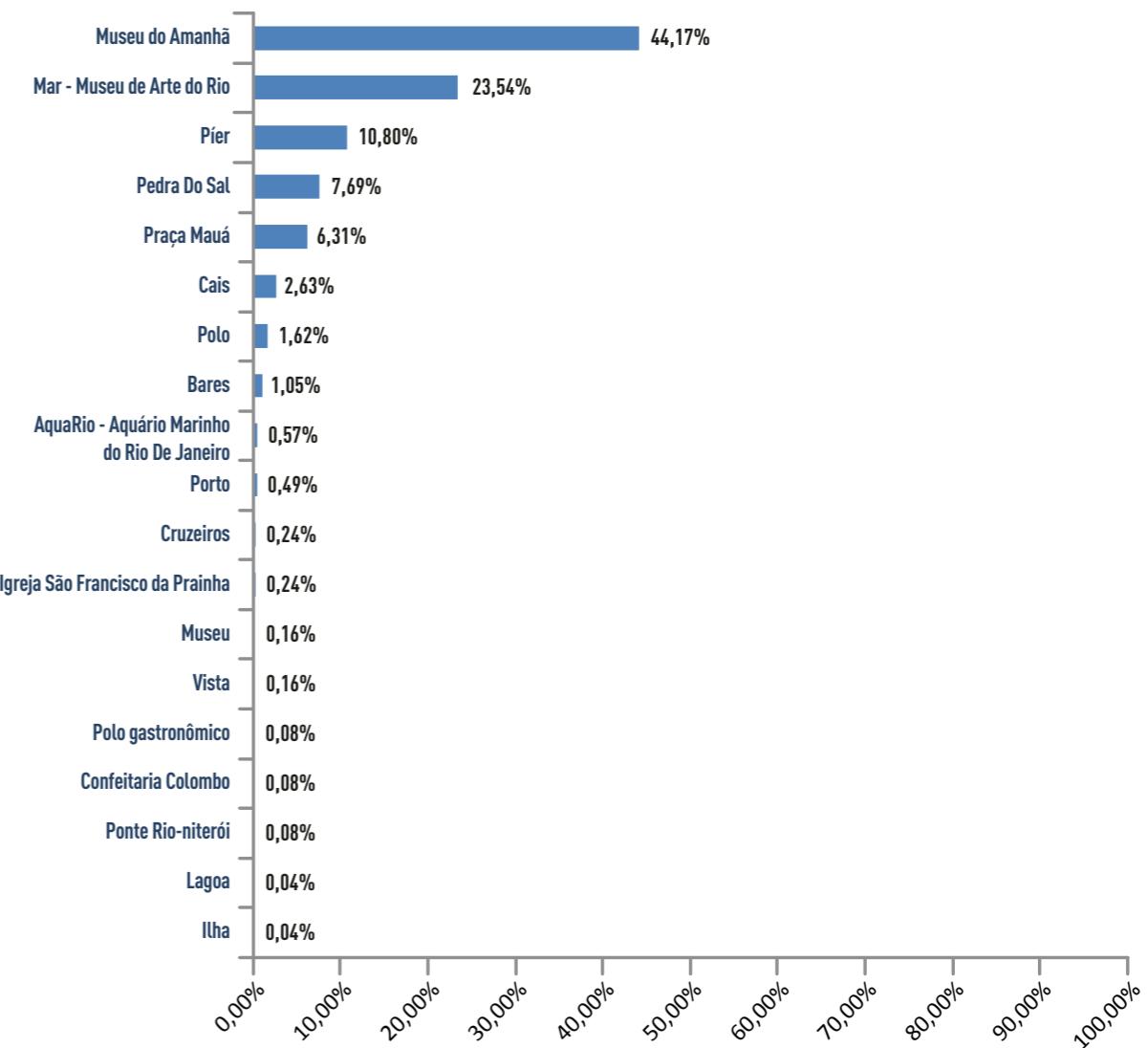
#### ATRATIVOS QUE MAIS GOSTARAM

A pesquisa solicitou aos entrevistados que **citassem três atrativos/pontos turísticos que mais gostaram**.

A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais agradaram ou chamaram sua atenção:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Museu do Amanhã	1092	44,17%	44,2%
MAR - Museu de Arte do Rio	582	23,54%	67,7%
Píer	267	10,80%	78,5%
Pedra do Sal	190	7,69%	86,2%
Praça Mauá	156	6,31%	92,5%
Cais	65	2,63%	95,1%
Polo	40	1,62%	96,7%
Bares	26	1,05%	97,8%
AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro	14	0,57%	98,4%
Porto	12	0,49%	98,9%
Cruzeiros	6	0,24%	99,1%
Igreja São Francisco da Prainha	6	0,24%	99,3%
Museu	4	0,16%	99,5%
Vista	4	0,16%	99,7%
Polo gastronômico	2	0,08%	99,8%
Confeitaria Colombo	2	0,08%	99,9%
Ponte Rio-Niterói	2	0,08%	100,0%
Lagoa	1	0,04%	100,0%
Ilha	1	0,04%	100%
<b>Total</b>	<b>2472</b>	<b>100%</b>	

Somados, os atrativos o Museu do Amanhã, o Museu de Arte do Rio (MAR) e o Píer, totalizam 78,5% das citações.

A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais lhe agradaram ou chamaram sua atenção:



Aquário - Aquário Marinho do Rio de Janeiro

PRAÇA MAUÁ

POLO GASTRONOMICO

MUSEU DO AMANHÃ

CONFETARIA COLOMBO

IGREJA SÃO FRANCISCO DA PRAINHA

PEDRA DO SAL

PORTO VISTA

PÍER

CAIS

POLO

ILHA

CRUZEIROS

MUSEU

BARES

PONTE RIO-NITERÓI

LAGOA

MAR - MUSEU DE ARTE DO RIO

Considerando-se todos os perfis da pesquisa, o **MUSEU DO AMANHÃ** destaca-se entre os mais apontados. No geral, ele é citado por 44,2% dos respondentes. Quando se segmentam os perfis da pesquisa, vemos:

## TURISTAS

**A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais agradaram ou chamaram sua atenção:**

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Museu do Amanhã	<b>416</b>	45,10%	45,1%
MAR - Museu de Arte do Rio	<b>238</b>	25,80%	70,9%
Píer	<b>90</b>	9,80%	80,7%
Pedra do Sal	<b>81</b>	8,80%	89,5%
Praça Mauá	<b>48</b>	5,20%	94,7%
Cais	<b>16</b>	1,70%	96,4%
Polo	<b>12</b>	1,40%	97,8%
Bares	<b>11</b>	1,20%	99,0%
AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro	<b>2</b>	0,20%	99,2%
Igreja São Francisco da Prainha	<b>2</b>	0,20%	99,4%
Polo gastronômico	<b>2</b>	0,20%	99,6%
Museu	<b>2</b>	0,20%	99,8%
Porto	<b>1</b>	0,10%	99,9%
Confeitaria Colombo	<b>1</b>	0,10%	100,0%

## VISITANTES

**A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais agradaram ou chamaram sua atenção:**

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Museu do Amanhã	<b>372</b>	43,70%	43,7%
MAR - Museu de Arte do Rio	<b>188</b>	22,10%	65,8%
Píer	<b>89</b>	10,50%	76,3%
Pedra do Sal	<b>65</b>	7,60%	83,9%
Praça Mauá	<b>59</b>	6,90%	90,8%
Polo	<b>28</b>	3,30%	94,1%
Cais	<b>15</b>	1,80%	95,9%
Bares	<b>11</b>	1,40%	97,3%
Porto	<b>7</b>	0,90%	98,2%
Cruzeiros	<b>6</b>	0,70%	98,9%
AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro	<b>2</b>	0,20%	99,1%
Igreja São Francisco da Prainha	<b>2</b>	0,20%	99,3%
Museu	<b>2</b>	0,20%	99,5%
Vista	<b>2</b>	0,20%	99,7%

## CRUZEIRISTAS

**A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais agradaram ou chamaram sua atenção:**

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Museu do Amanhã	<b>304</b>	43,50%	43,5%
MAR - Museu de Arte do Rio	<b>156</b>	22,30%	65,8%
Píer	<b>88</b>	12,60%	78,4%
Praça Mauá	<b>49</b>	7,00%	85,4%
Pedra do Sal	<b>44</b>	6,30%	91,7%
Cais	<b>34</b>	4,90%	96,6%
AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro	<b>10</b>	1,30%	97,9%
Bares	<b>4</b>	0,60%	98,5%
Porto	<b>4</b>	0,60%	99,1%
Igreja São Francisco da Prainha	<b>2</b>	0,30%	99,4%
Vista	<b>2</b>	0,30%	99,7%
Ponte Rio-Niterói	<b>2</b>	0,30%	100,0%
Polo	<b>0</b>	0,00%	100,0%
Cruzeiros	<b>0</b>	0,00%	100,0%

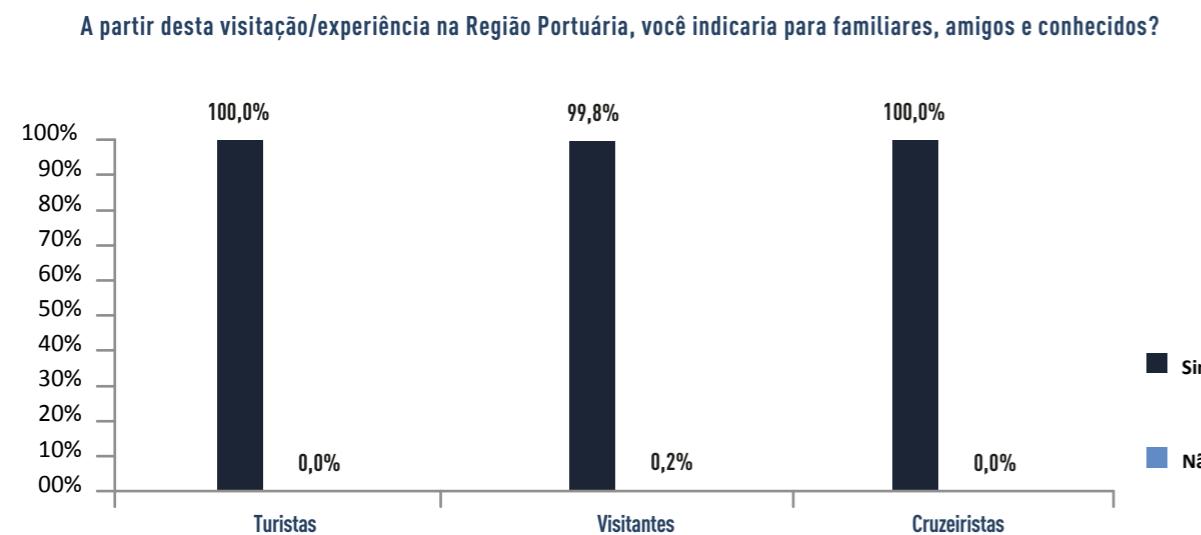
No geral, o Museu do Amanhã, o Museu de Arte do Rio (MAR) e o Píer foram os que mais se destacaram. Importante ressaltar que apesar de o AquaRio (Aquário Marinho do Rio de Janeiro) ainda se encontrar em obras de instalação durante no período de realização da pesquisa, foi citado por 0,57% dos entrevistados que entenderam que o atrativo já chama a atenção dos frequentadores.

## INDICAÇÃO

## A partir desta visitação/experiência na Região Portuária, você indicaria para familiares, amigos e conhecidos?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Sim	<b>1190</b>	99,9%	99,9%
Não	<b>1</b>	0,1%	100%
<b>Total</b>	<b>1191</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>5</b>	<b>0,4%</b>	

Dentro da teoria de marketing de serviços, a **indicação** é sempre uma das principais ferramentas que fortalecem a escolha de um produto ou serviço, de um destino ou de atrativos em qualquer região. Nesta pesquisa, praticamente **100%** disseram que indicariam a Região Portuária para visitação a familiares, amigos e conhecidos.



#### O QUE NÃO PODE DEIXAR DE SER VISITADO

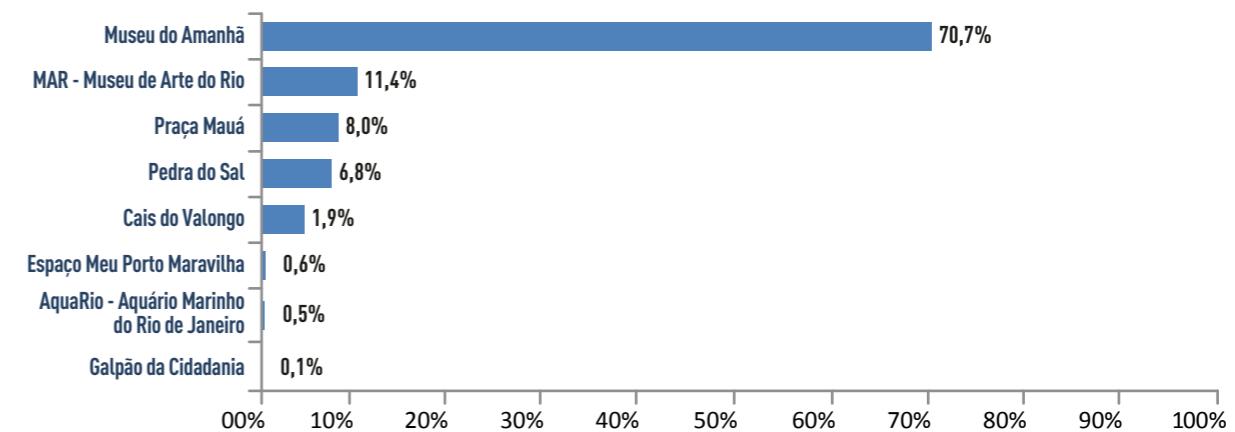
Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Museu do Amanhã	840	70,7%	70,7%
MAR - Museu de Arte do Rio	135	11,4%	82,1%
Praça Mauá	95	8,0%	90,1%
Pedra do Sal	82	6,8%	96,9%
Cais do Valongo	22	1,9%	98,8%
Espaço Meu Porto Maravilha	7	0,6%	99,4%
AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro	6	0,5%	99,9%
Galpão da Cidadania	1	0,1%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1188</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>8</b>	<b>0,7%</b>	



Ao apresentar aos entrevistados um cartão de variáveis com uma relação de todos os atrativos e pontos turísticos em funcionamento na Região Portuária, o **MUSEU DO AMANHÃ** prevalece como opção majoritária de **local que não pode deixar de ser visitado**, repetindo este padrão por perfil dos entrevistados.

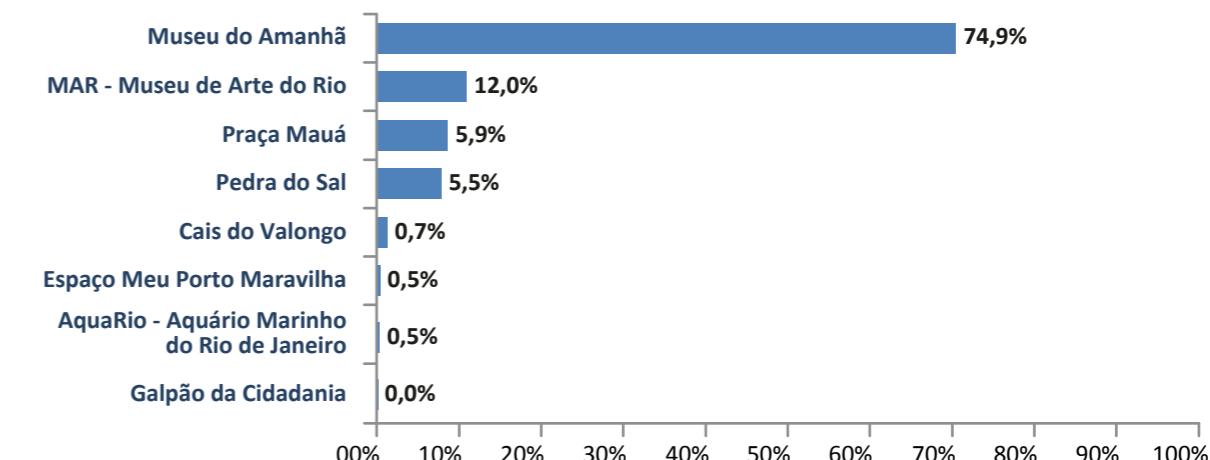
#### Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:



Visualizando a mesma questão entre os perfis, pode-se notar:

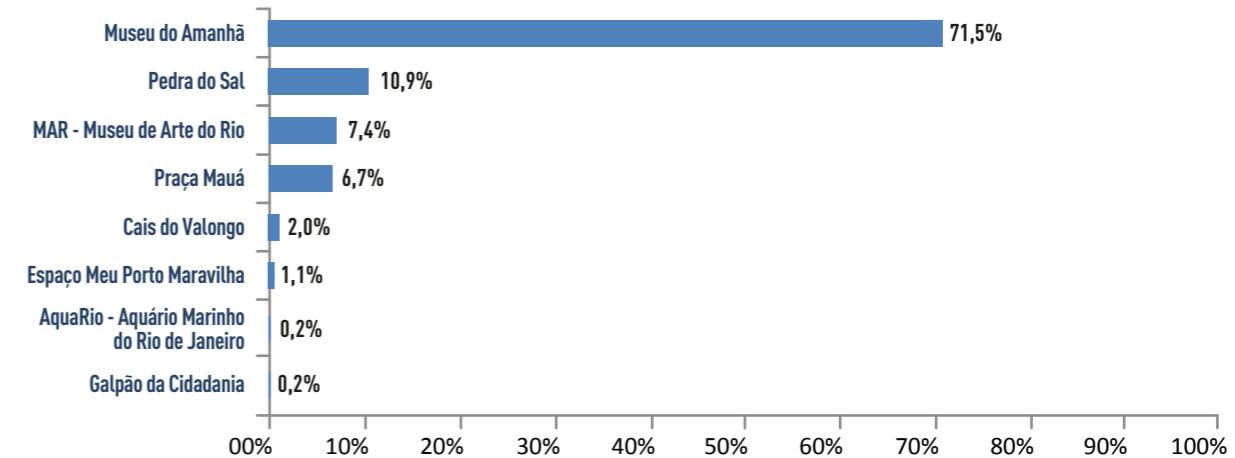
#### TURISTAS

#### Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:



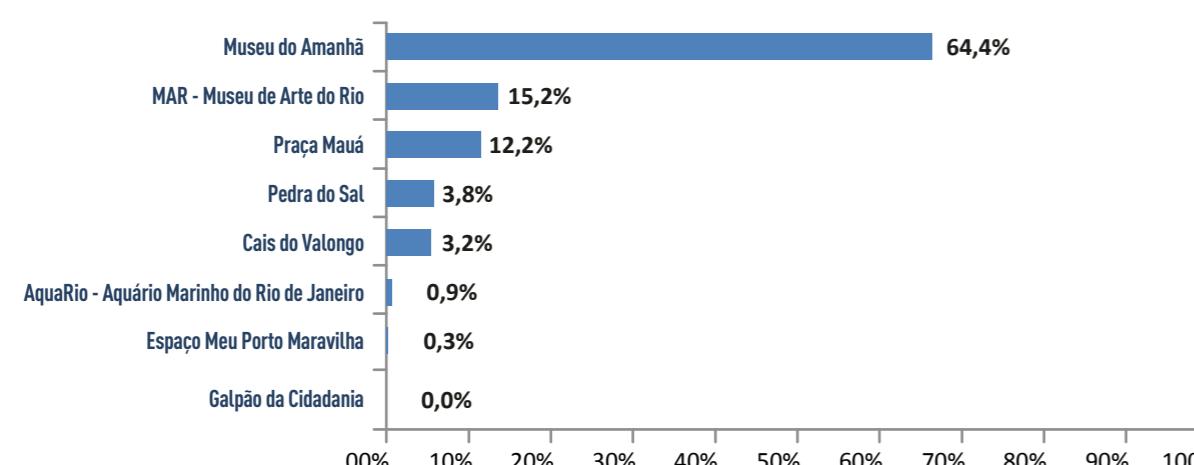
#### VISITANTES

#### Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:



## CRUZEIRISTAS

Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:



## Considerações:

- O **Museu do Amanhã** se repete nos três perfis;
- A **Pedra do Sal** surge em segundo lugar para os visitantes;
- O **Galpão da Cidadania** foi citado apenas pelos visitantes.

## INFRAESTRUTURA

A **infraestrutura** da Região Portuária foi outro importante quesito de abordagem dentro da pesquisa. Este item reflete as preocupações quanto a **segurança, acessibilidade, atendimento, informações turísticas, estacionamento e acesso à Região Portuária**.

## SEGURANÇA

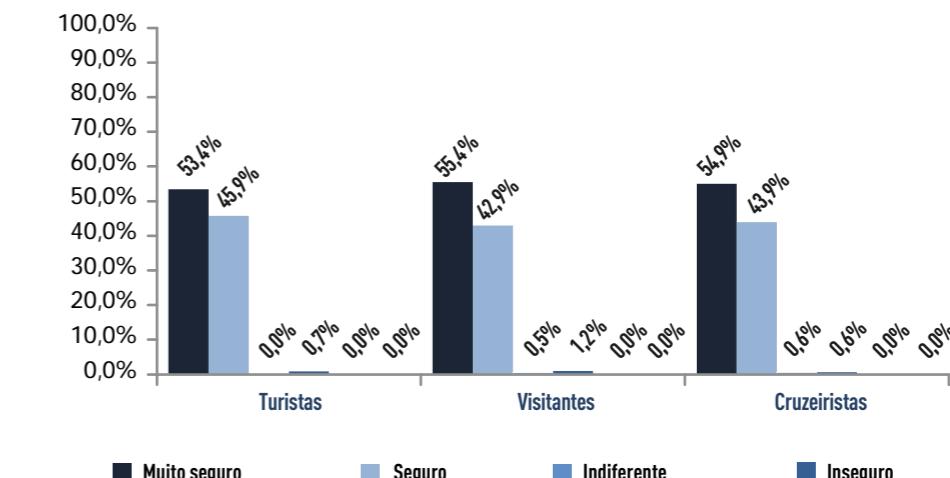
Quanto à **SEGURANÇA LOCAL**, você se sente:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Muito seguro	652	54,5%	54,5%
Seguro	530	44,3%	98,8%
Indiferente	4	0,3%	99,1%
Inseguro	10	0,9%	100,0%
Muito inseguro	0	0,0%	100,0%
Não sei avaliar	0	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1196</b>	<b>100%</b>	

Quanto à **segurança local**, é percebido que a maioria (**54,5%**) consideram a região muito segura, e **44,3%** se dizem seguros.

Numa visão ampliada por perfis, são notadas poucas diferenças entre turistas, visitantes e cruzeiristas.

## QUANTO À SEGURANÇA LOCAL, VOCÊ SE SENTE:



## ACESSIBILIDADE

Quanto à **ACESSIBILIDADE** para deficientes e idosos, o que achou?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente, ficou totalmente acessível	325	27,2%	27,2%
Ficou muito bom, a acessibilidade foi facilitada	497	41,6%	68,8%
Não percebi	266	22,2%	91,0%
Ruim, precisa melhorar	37	3,1%	94,1%
Muito ruim, são necessárias melhorias significativas	16	1,3%	95,4%
Não sei avaliar	55	4,6%	100%
<b>Total</b>	<b>1196</b>	<b>100%</b>	

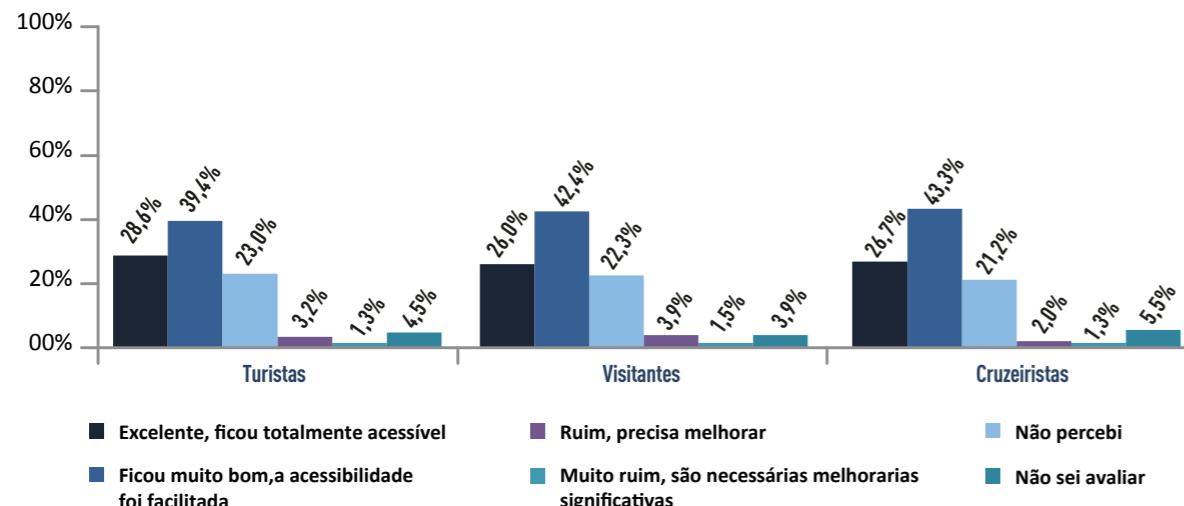
Com relação à **acessibilidade** para deficientes e idosos, há **poucas manifestações de descontentamento**: **41,6%** comentam que ficou boa e **27,2%** consideram ter ficado excelente, com total acessibilidade.

Cerca de 22% não perceberam tais adequações, talvez por não serem usuários destes espaços.

**Mais uma vez, pouca diferença é notada nesta questão quando as respostas são analisadas por perfil de entrevistados:**



## Quanto à ACESSIBILIDADE para deficientes e idosos, o que achou?



## MEIOS DE HOSPEDAGEM

## Quanto ao atendimento dos MEIOS DE HOSPEDAGEM, você julga:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente	5	6,8%	6,8%
Muito bom	7	9,5%	16,3%
Bom	22	29,7%	46,0%
Regular	6	8,1%	54,1%
Ruim	0	0,0%	54,1%
Péssimo	0	0,0%	54,1%
Não sei avaliar	34	45,9%	100%
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

Quanto ao **atendimento dos meios de hospedagem**, a pesquisa indagou apenas aos turistas, visto que permaneceriam mais de um dia e efetivamente utilizariam este tipo de serviço. Assim, é visto que, dos entrevistados que ficaram hospedados na Região Portuária (74 entrevistados), **29,7%** dizem que o atendimento **foi bom** e **45%** não soube avaliar.

## CONSIDERANDO APENAS OS QUE AVALIARAM

## Quanto ao atendimento dos MEIOS DE HOSPEDAGEM, você julga:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente	5	12,5%	12,85%
Muito bom	7	17,5%	30,0%
Bom	22	55,0%	85,0%
Regular	6	15,0%	100,0%
Ruim	0	0,0%	100,0%
Péssimo	0	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

Dos que avaliaram (40 turistas), 55% acharam **bom** o atendimento e 17,5% **muito bom**.

Segundo a opinião dos entrevistados, prevalece o conceito **bom** para os serviços prestados pelos meios de hospedagem.

## ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR

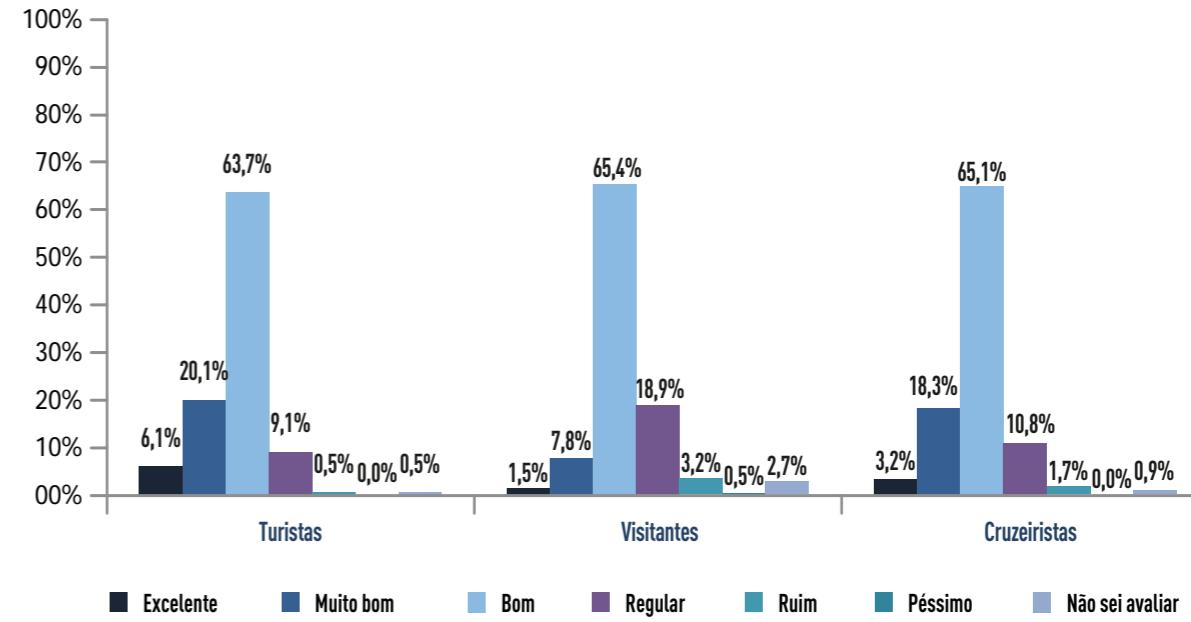
## Quanto ao atendimento dos ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO, você julga:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente	44	3,7%	3,7%
Muito bom	184	15,4%	19,1%
Bom	773	64,7%	83,8%
Regular	155	13,0%	96,8%
Ruim	21	1,8%	98,6%
Péssimo	2	0,2%	98,8%
Não sei avaliar	16	1,2%	100%
<b>Total</b>	<b>1195</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,1%</b>	

O atendimento no setor de **alimentação fora do lar** também recebe o conceito **bom** por praticamente 65% dos entrevistados. Se somados, os respondentes ainda classificam o atendimento nestes estabelecimentos como **muito bons** e **excelentes** (19,1%).

Dentro da análise por perfil de entrevistado, daqueles que acharam o atendimento desses estabelecimentos **muito bons**, os **turistas** são o que apresentam o maior percentual (20,1%), quando comparado com os **visitantes** (7,8%) e **cruzeiristas** (18,3%).

## Quanto ao atendimento dos ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO, você julga:



## DESTAQUES:

- Os turistas são quem mais citam ser excelente o atendimento dos estabelecimentos de alimentação.
- São os visitantes que apontam como mais regular a oferta deste tipo de estabelecimento.

- São também os visitantes, dentre os perfis, que mais comentam que os estabelecimentos estão ruins (3,2% apenas).

### COMÉRCIO DA REGIÃO PORTUÁRIA

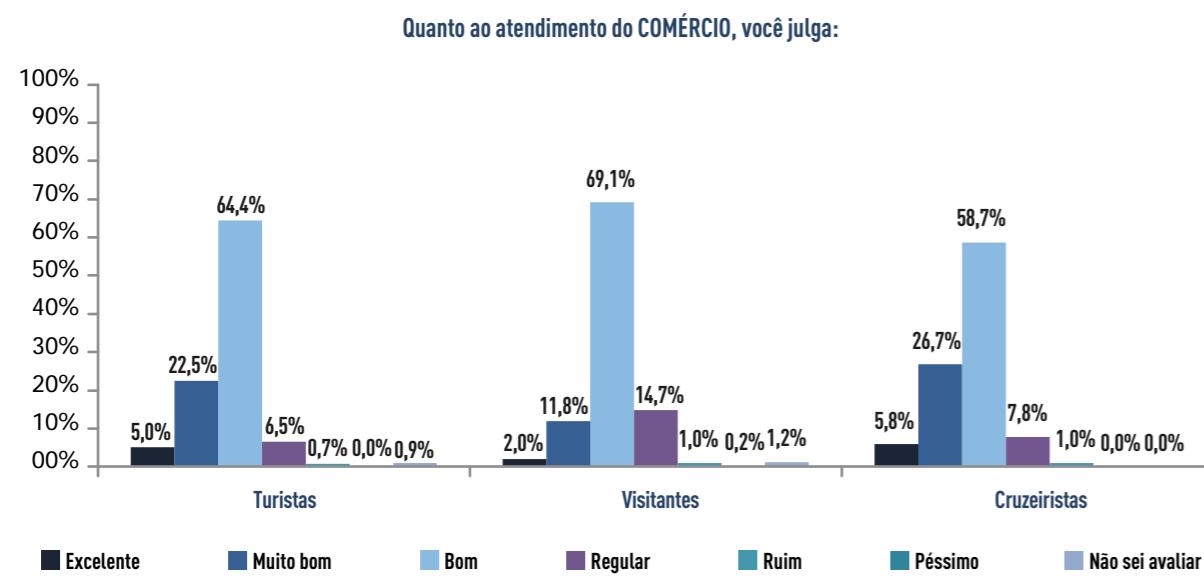
Quanto ao atendimento do COMÉRCIO, você julga:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Excelente	50	4,2%	4,2%
Muito bom	240	20,1%	24,3%
Bom	770	64,4%	88,7%
Regular	116	9,7%	98,4%
Ruim	10	0,8%	99,2%
Péssimo	1	0,1%	99,3%
Não sei avaliar	9	0,7%	100%
<b>Total</b>	<b>1196</b>	<b>100%</b>	

O **atendimento no comércio** também foi outro fator avaliado, já que compõe o atrativo turístico (Região Portuária) e, afeta diretamente a percepção do todo.

No geral, predomina o conceito **bom** entre os entrevistados (**64,4%**). Em seguida vê-se aqueles que consideram atendimento **muito bom** (**20,1%**) e **excelente** (**4,2%**).

Houve também quem apontasse como **regular** (**9,7%**) e minimamente **ruim** (**0,8%**).

Considerando os perfis de entrevistados, os **cruzeiristas** são os que mais citam o conceito **excelente** (**5,8%**). Também são eles os que mais consideram o atendimento do comércio como **muito bom** (**26,7%**). Já o conceito **bom** é mais citado pelos **visitantes** (**69,1%**).



Em relação ao atendimento do comércio, observa-se que os turistas e cruzeiristas são os mais **satisfeitos**, pois **sequer expressaram o conceito péssimo**.

### EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER DA REGIÃO PORTUÁRIA

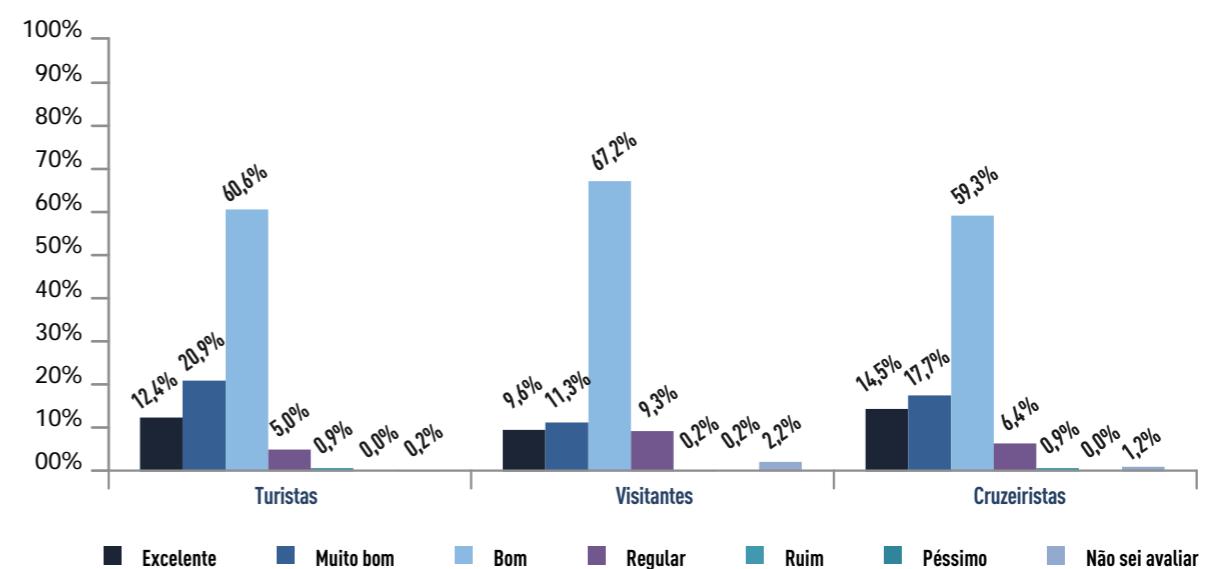
Quanto ao atendimento dos EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER, você julga:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Excelente	144	12,0%	12,0%
Muito bom	200	16,7%	28,7%
Bom	747	62,5%	91,2%
Regular	82	6,9%	98,1%
Ruim	8	0,7%	98,8%
Péssimo	1	0,1%	98,9%
Não sei avaliar	14	1,1%	100%
<b>Total</b>	<b>1196</b>	<b>100%</b>	

Quanto ao **atendimento dos empreendimentos culturais e de lazer**, nota-se que o grau de insatisfação é mínimo. Detalhe mais uma vez para os conceitos **bom**, citado por **62,5%**, e **muito bom**, por **16,7%**.

Houve ainda **12%** que julgaram o atendimento **excelente**.

Analisando por perfis, observa-se que os **cruzeiristas** são os que mais elogiam o atendimento: **14,5%** o consideram **excelente**, seguidos dos **turistas** (**12,4%**) e dos **visitantes** (**9,6%**).

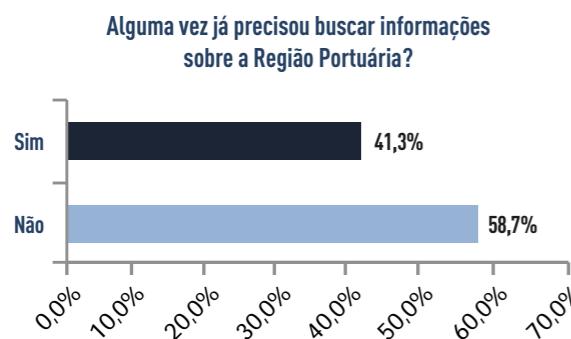
### Quanto ao atendimento dos EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER, você julga:



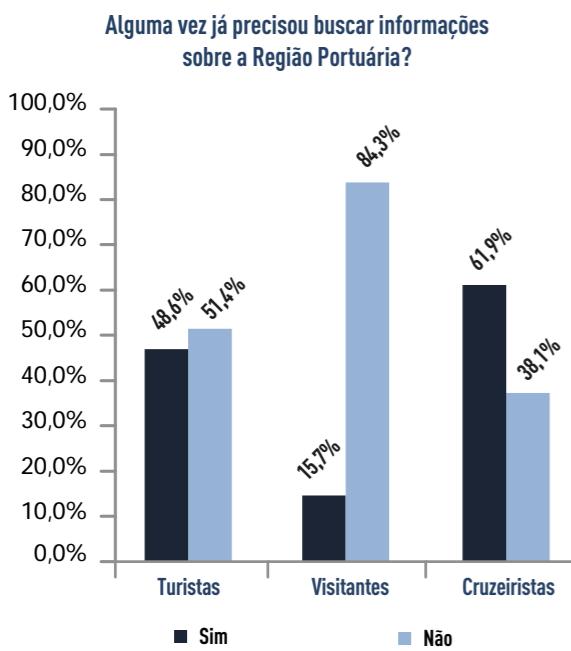
### INFORMAÇÕES SOBRE A REGIÃO PORTUÁRIA

Alguma vez já precisou buscar informações sobre a Região Portuária?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Sim	493	41,3%	41,3%
Não	702	58,7%	100%
<b>Total</b>	<b>1195</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,1%</b>	

Perguntados se alguma vez já precisaram buscar **informações** sobre a Região Portuária, pouco mais de **41%** disseram que **sim**.



Visualizando todos os perfis dos entrevistados, constata-se que os **visitantes** são os que menos buscaram informações sobre a Região Portuária, sendo pouco menos de 16%. Já os **cruzeiristas** foram os que mais procuraram este tipo de informação (cerca de 62%).

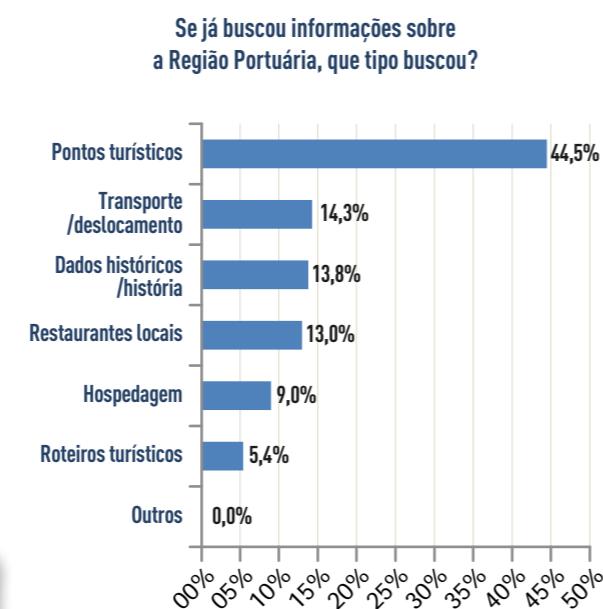
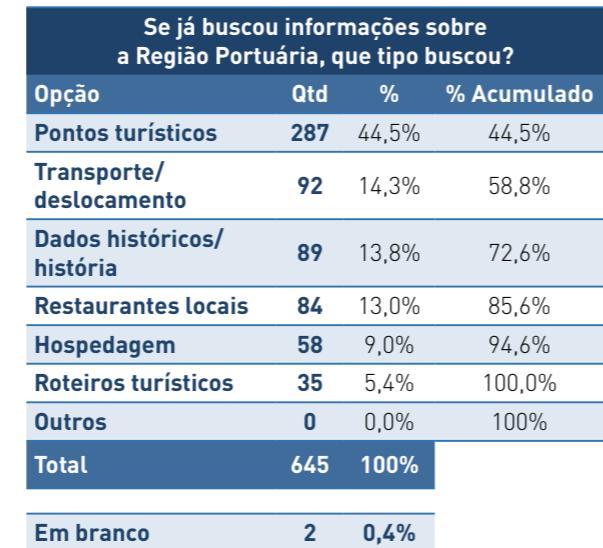


Neste quesito, as respostas dos turistas praticamente se nivelam: 48,6% disseram ter buscado informações contra 51,4%.



Entre os que buscaram informações, o principal item pesquisado se refere aos **pontos turísticos** (44,5%), em seguida **transporte e deslocamento** (14,3%) e ainda 13,8% quiseram saber sobre **dados históricos** e a própria **história local**.

Quanto ao tipo de informação, 13% dos entrevistados procuraram saber sobre os restaurantes locais.



Analizando individualmente os perfis quanto a informações sobre a Região Portuária, os **pontos turísticos** foram procurados por 63,6% dos **cruzeiristas** e 33,3% dos **turistas**. Já os **visitantes** solicitaram mais informações sobre o **transporte** (32,1%).

## TURISTAS

Se já buscou informações sobre a Região Portuária, que tipo buscou?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Pontos turísticos	100	33,3%	33,3%
Transporte/deslocamento	63	21,0%	54,3%
Dados históricos/história	44	14,7%	69,0%
Restaurantes locais	37	12,3%	81,3%
Hospedagem	34	11,3%	92,6%
Roteiros turísticos	22	7,3%	99,9%
Outros	0	0,0%	100%
Total	300	100%	
Em branco	1	0,5%	

## VISITANTES

Se já buscou informações sobre a Região Portuária, que tipo buscou?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Transporte/deslocamento	27	32,1%	32,1%
Pontos turísticos	21	25,0%	57,1%
Dados históricos/história	21	25,0%	82,1%
Hospedagem	5	6,0%	88,1%
Restaurantes locais	5	6,0%	94,1%
Roteiros turísticos	5	32,0%	126,1%
Outros	0	0,0%	126%
Total	84	126%	
Em branco	0	0,0%	

## CRUZEIRISTAS

Se já buscou informações sobre a Região Portuária, que tipo buscou?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Pontos turísticos	166	63,6%	63,6%
Restaurantes locais	42	16,1%	79,7%
Dados históricos/história	24	9,2%	88,9%
Hospedagem	19	7,3%	96,2%
Roteiros turísticos	8	3,0%	99,2%
Transporte/deslocamento	2	0,8%	100,0%
Outros	0	0,0%	100%
Total	261	100%	
Em branco	1	0,5%	

## POSTOS DE INFORMAÇÕES

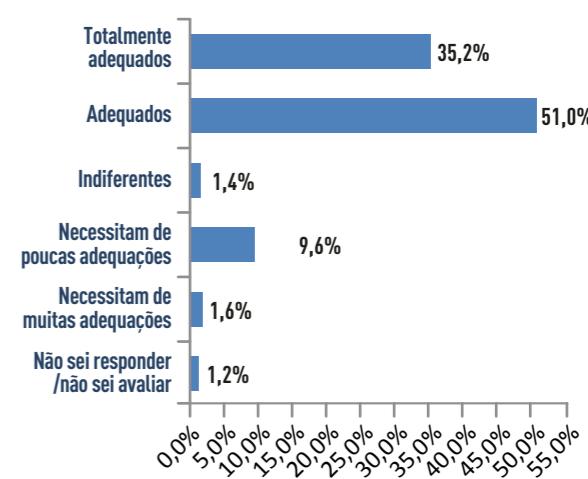
Como classifica os POSTOS DE INFORMAÇÕES (material de divulgação, mapas e guias)

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Totalmente adequados	173	35,2%	35,2%
Adequados	251	51,0%	86,2%
Indiferentes	7	1,4%	87,6%
Necessitam de poucas adequações	47	9,6%	97,2%
Necessitam de muitas adequações	8	1,6%	98,8%
Não sei responder / não sei avaliar	6	1,2%	100%
Total	492	100%	

Em relação aos **postos de informações** existentes na Região Portuária, pouco mais da metade dos entrevistados constata que são **adequados** (51%). Já 35,2% os consideram **totalmente adequados**.

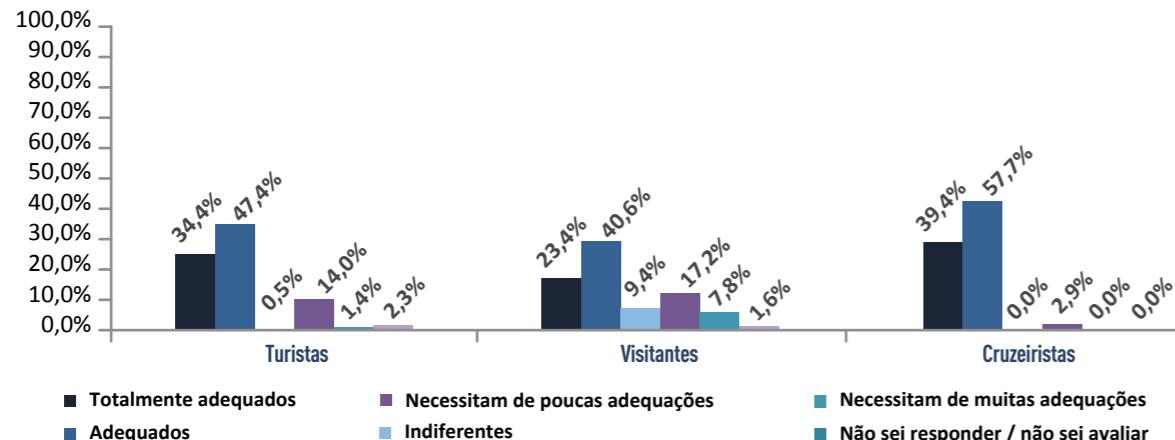
Houve que comentasse que **necessitam de poucas adequações** (9,6%).

## Como classifica os POSTOS DE INFORMAÇÕES (material de divulgação, mapas e guias)



Mais uma vez, os **cruzeiristas** são os que mais elogiam este item da infraestrutura local: 39,4% citam que os postos de informações estão **totalmente adequados**.

COMO CLASSIFICA OS POSTOS DE INFORMAÇÕES (material de divulgação, mapas e guias)



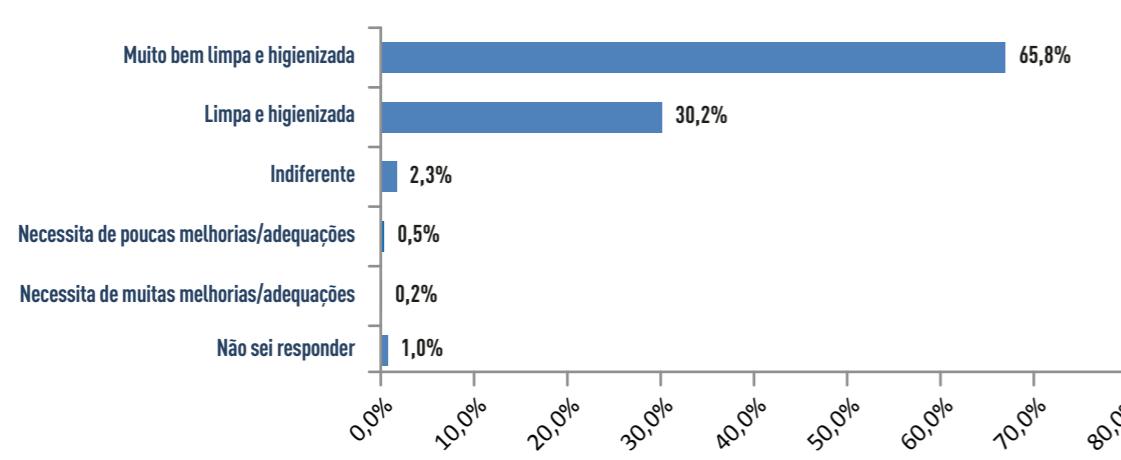
E, novamente, os **visitantes** são os mais críticos, apontando **necessidades de adequações** (17,2%) ou de **muitas adequações** (7,8%).

## LIMPEZA PÚBLICA DA REGIÃO PORTUÁRIA

Classifique a LIMPEZA PÚBLICA da Região Portuária e seu entorno (ambientes, atrativos, ruas e praças)			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Muito bem limpa e higienizada	786	65,8%	65,8%
Limpa e higienizada	361	30,2%	96,0%
Indiferente	28	2,3%	98,3%
Necessita de poucas melhorias / adequações	6	0,5%	98,8%
Necessita de muitas melhorias / adequações	2	0,2%	99,0%
Não sei responder	12	1,0%	100%
<b>Total</b>	<b>1195</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,1%</b>	

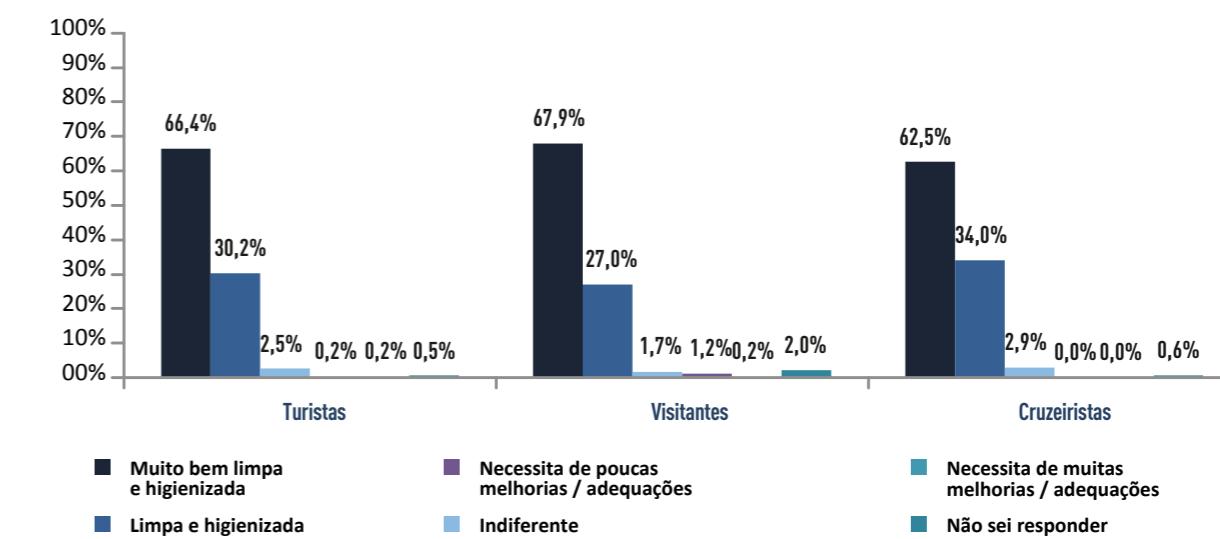
A **limpeza pública** da região é outro item abordado nesta pesquisa. Nota-se um elevado grau de **satisfação** dos entrevistados quanto ao assunto: **65,8%** dizem que a Região Portuária está **muito bem limpa e higienizada**.

Classifique a LIMPEZA PÚBLICA da região portuária seu entorno (ambientes, atrativos, ruas e praças)



Neste quesito, os que mais elogiam como **muito bem limpa e higienizada** são os **visitantes** (67,9%), seguidos de perto dos **turistas** (66,4%).

Classifique a LIMPEZA PÚBLICA da Região Portuária e seu entorno (ambientes, atrativos, ruas e praças)



**Não houve** manifestação de **insatisfação** por parte dos **cruzeiristas**, nem mesmo sobre a necessidade de **muitas melhorias ou adequações**.

Já no conceito **limpa e higienizada**, os **cruzeiristas** são os que mais apontam esta característica (34%), opinião também compartilhada por 30,2% dos **turistas** e 27% dos **visitantes**.

Mesmo que minimamente, apenas os **visitantes** são os que mais citam que são necessárias **muitas melhorias ou adequações** quanto à limpeza pública (2%).

## ESTACIONAMENTO

O que acha do ESTACIONAMENTO (vagas, condições de acomodação dos veículos, segurança) local?

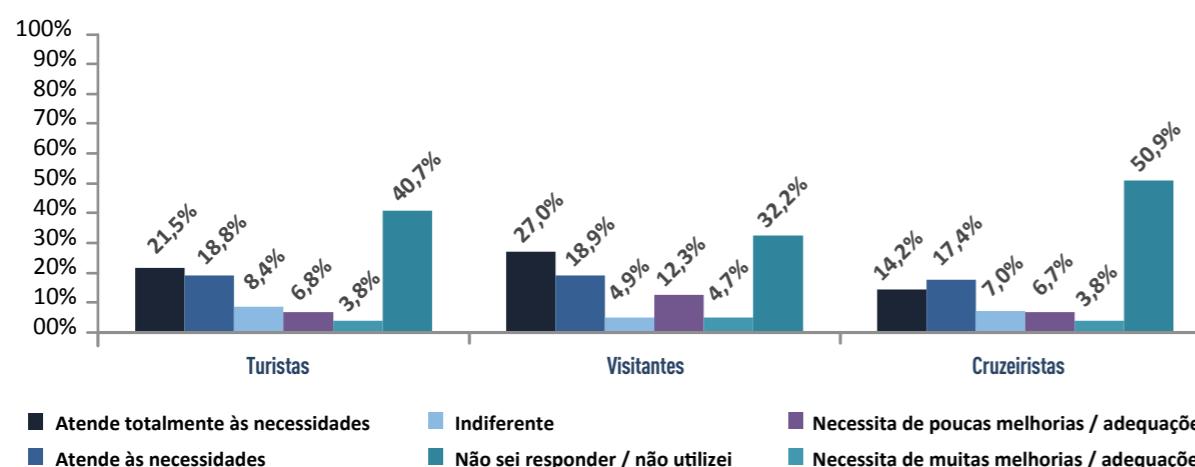
Opção	Qty	%	% Acumulado
Atende totalmente às necessidades	254	21,3%	21,3%
Atende às necessidades	220	18,4%	39,7%
Indiferente	81	6,8%	46,5%
Necessita de poucas melhorias / adequações	103	8,6%	55,1%
Necessita de muitas melhorias / adequações	49	4,1%	59,2%
Não sei responder / não utilizei	486	40,8%	100%
<b>Total</b>	<b>1193</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>3</b>	<b>0,3%</b>	

Quanto ao **estacionamento**, próximo de 21% dizem que **atende totalmente às necessidades**. Houve ainda 18,4% que mencionam que **atende às necessidades**.

Já 8,6% dizem que necessita haver **poucas melhorias** e 4,1% afirmam precisar de **muitas melhorias**. Desta indagação, 6,8% dos entrevistados se dizem **indiferentes**.

Por perfis, os **visitantes** são os que mais asseguram que o estacionamento **atende totalmente às necessidades** (27%). Em seguida, 21,5% dos turistas apontam que o estacionamento **atende totalmente às suas necessidades**.

### O que acha do ESTACIONAMENTO (vagas, condições de acomodação dos veículos, segurança) local?



### FACILIDADE DE ACESSO

#### Quanto à FACILIDADE DE ACESSO à Região Portuária – Praça Mauá e entorno (trânsito, sinalização turística), você julga:

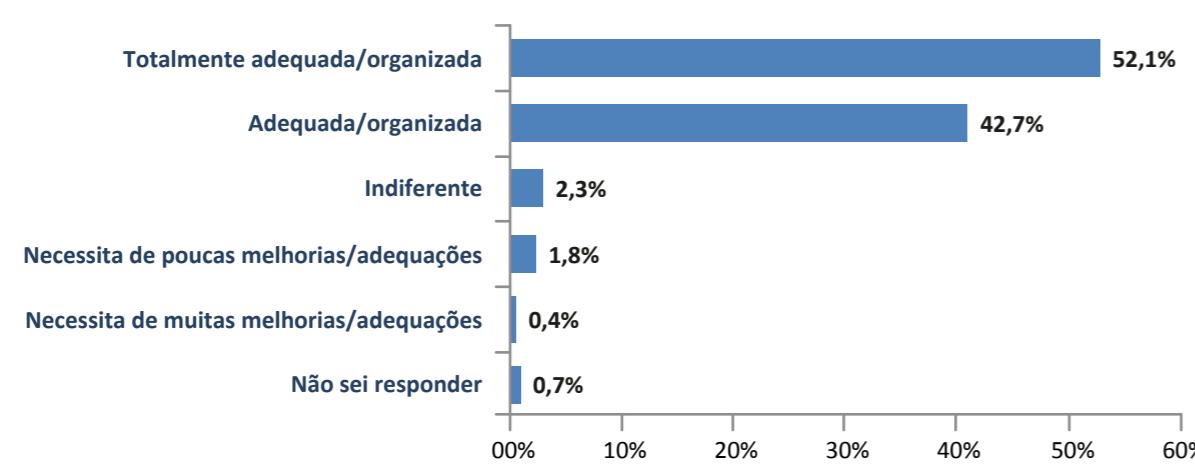
Opção	Qty	%	% Acumulado
Totalmente adequada/organizada	621	52,1%	52,1%
Adequada/organizada	509	42,7%	94,8%
Indiferente	28	2,3%	97,1%
Necessita de poucas melhorias/adequações	21	1,8%	98,9%
Necessita de muitas melhorias/adequações	6	0,4%	99,3%
Não sei responder	8	0,7%	100%
Total	1193	100%	
Em branco	3	0,3%	

Em relação à **facilidade de acesso** à Praça Mauá e entorno, no geral 52,1% a consideram **totalmente adequada e organizada** e 42,7% como **adequada e organizada**.

Houve menos de 2% que disseram **necessitar de poucas melhorias**.

Apenas 0,4% solicitam **muitas melhorias** quanto ao acesso à Região Portuária.

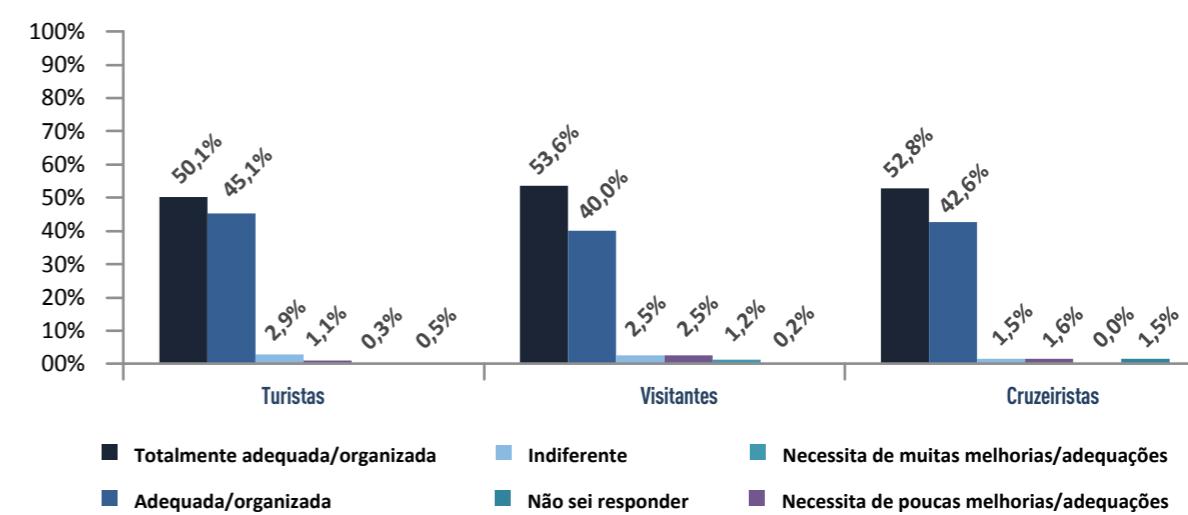
#### Quanto à FACILIDADE DE ACESSO à Região Portuária - Praça Mauá e entorno (trânsito, sinalização turística), você julga:



### Analisando a facilidade de acesso por perfis:

Os três perfis expressam opinião semelhante, de que a facilidade de acesso à Região Portuária está totalmente adequada quanto ao trânsito e à sinalização turística. Os **visitantes** são os que mais elogiam a facilidade de acesso da Região Portuária (53,6%). Muito próximos deste percentual estão os **cruzeiristas** (52,8%) e, com pouca diferença, os **turistas** (50,1%).

#### Quanto à FACILIDADE DE ACESSO à Região Portuária – Praça Mauá e entorno (trânsito, sinalização turística), você julga:



### ÁREA DE CONVIVÊNCIA

#### Para você, a ÁREA DE CONVIVÊNCIA (jardins, arborização, vias, passeios, bancos) é:

Opção	Qty	%	% Acumulado
Muito organizada, com ótimos ambientes	501	41,9%	41,9%
Organizada, com bons ambientes	594	49,7%	91,6%
Indiferente	82	6,9%	98,5%
Necessita de poucas melhorias/adequações	14	1,2%	99,7%
Necessita de muitas melhorias/adequações	1	0,1%	99,8%
Não sei responder	3	0,2%	100%
Total	1195	100%	
Em branco	1	0,1%	

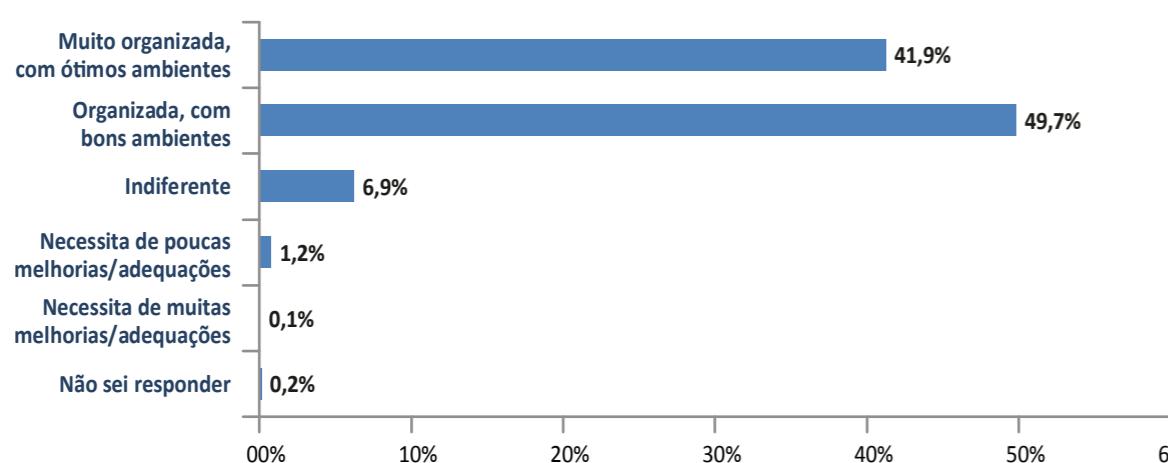
A área de convivência da Região Portuária também é avaliada na pesquisa, e obtém-se mais uma vez um elevado grau de **satisfação**, em que 49,7% dizem estar **organizada, com ótimos ambientes**.

Houve considerável percentual que afirma que a área de convivência é **muito organizada com ótimos ambientes** (41,9%).



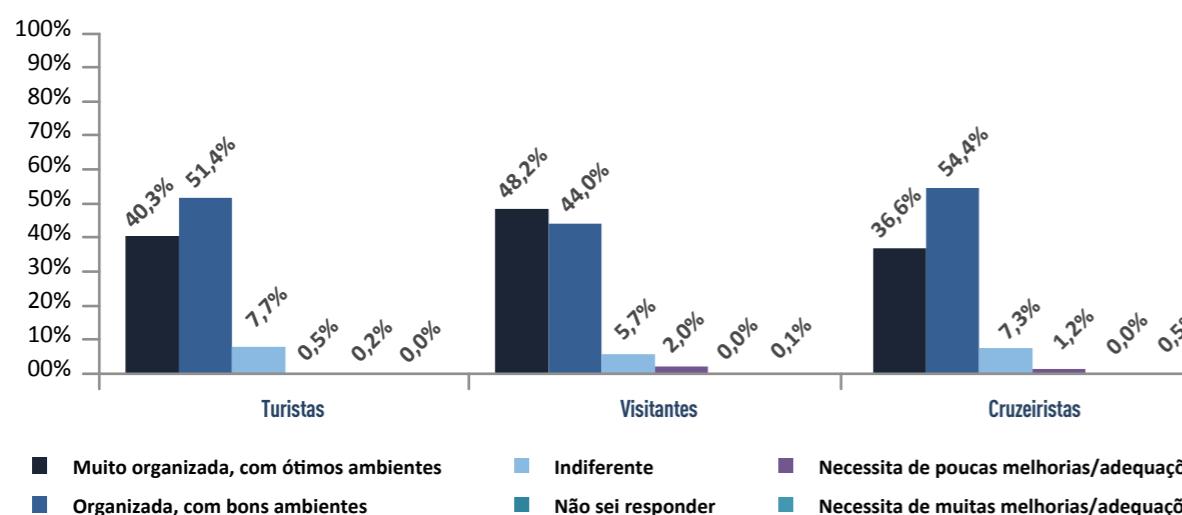
É pequeno o percentual daqueles que se dizem indiferentes a esta característica: 6,9%.

Para você, a ÁREA DE CONVIVÊNCIA (jardins, arborização, vias, passeios, bancos) é:



Em mais uma análise por perfis, houve um alto percentual dos elogiam a área de convivência, considerando-a **muito organizada, com ótimos ambientes**: 48,2% dos **visitantes**; 40,3% dos **turistas** e 36,6% dos **cruzeiristas**.

Para você, a ÁREA DE CONVIVÊNCIA (jardins, arborização, vias, passeios, bancos) é:

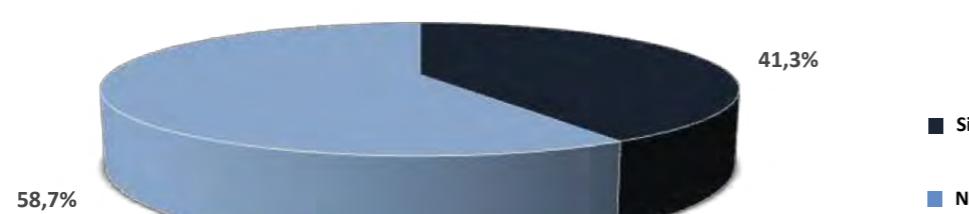


#### A infraestrutura como um todo

No geral, a infraestrutura da Região Portuária aponta significativa satisfação em todos os quesitos citados na pesquisa.

Os meios de hospedagem requerem atenção, pois um expressivo número de respondentes não soube avaliar este quesito.

Alguma vez já precisou buscar informações sobre a Região Portuária?



É perceptível que os que usufruíram dos meios de hospedagem ficaram satisfeitos.

Um ponto a ser destacado é quanto ao percentual de entrevistados que buscaram informações do atrativo ou de toda a Região Portuária, sejam visitantes, turistas ou cruzeiristas: abaixo dos 50%.

## EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

### OPÇÕES DE ALIMENTAÇÃO

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Há muitas opções, com variedade e qualidade de produtos	228	19,1%	19,1%
São boas as opções existentes	588	49,2%	68,3%
Pra mim é indiferente	133	11,1%	79,4%
Poderiam ser melhores	130	10,9%	90,3%
Há poucas opções	77	6,4%	96,7%
Não as utilizei/não sei responder	40	3,3%	100%
Total	1196	100%	

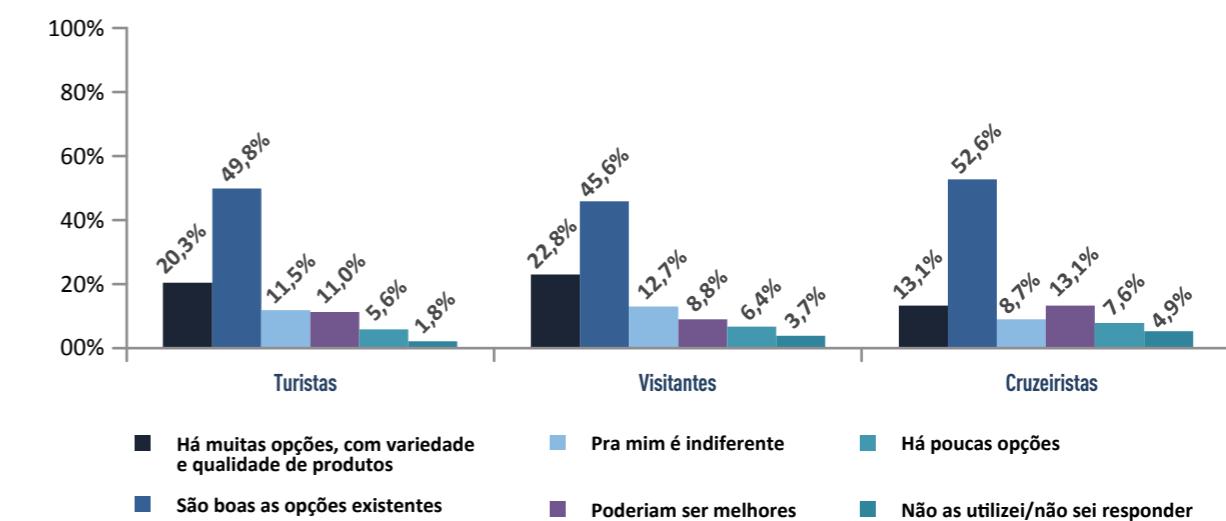
No que se refere às **opções de alimentação**, prevalece a opinião de que são **boas** (49,2%). Cerca de 19% consideram ainda que há muitas alternativas, com variedade e qualidade dos produtos.

Pouco mais de 11% se mostraram indiferentes quanto às opções e perto deste mesmo percentual surgem aqueles que comentam que as opções ofertadas poderiam ser melhores (10,9%).

Cerca de 6,5% afirmam que há poucas opções de alimentação.

Em especial, 52,6% dos **cruzeiristas** dizem que as opções existentes são **boas**. A maioria dos turistas e dos visitantes também têm o mesmo ponto de vista, com respectivamente 49,8% e 45,6%.

### Quanto às OPÇÕES DE ALIMENTAÇÃO, você diria que:

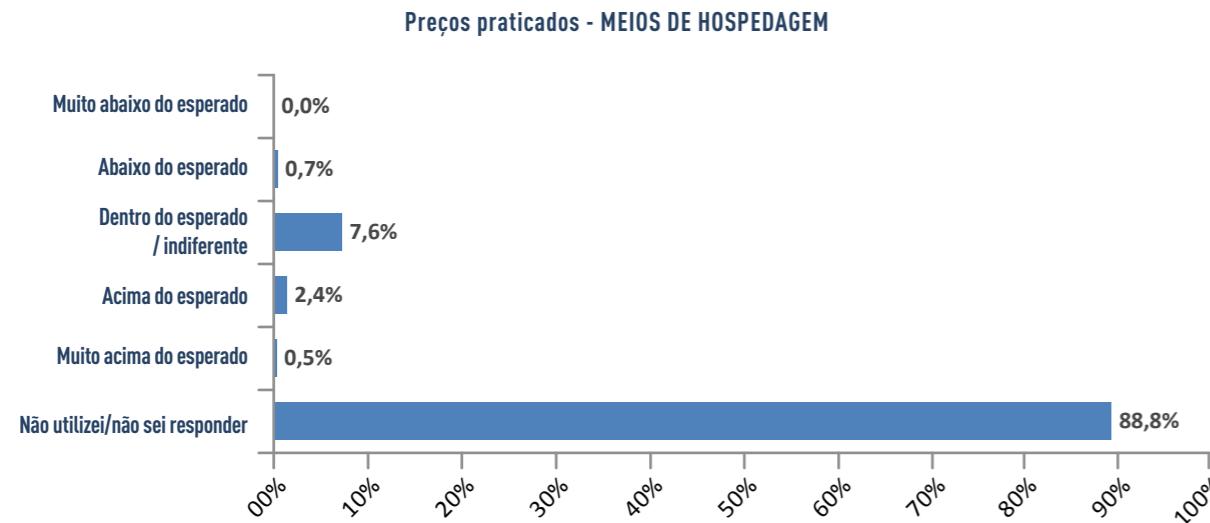


Os **visitantes** são os que mais consideram que há **muitas opções** (22,8%), acompanhados de perto pelos **turistas** (20,3%). E 13,1% dos **cruzeiristas** também têm essa concepção.

## PREÇOS PRATICADOS

A pesquisa também deu a oportunidade de os entrevistados avaliarem os preços praticados na Região Portuária.

## MEIOS DE HOSPEDAGEM

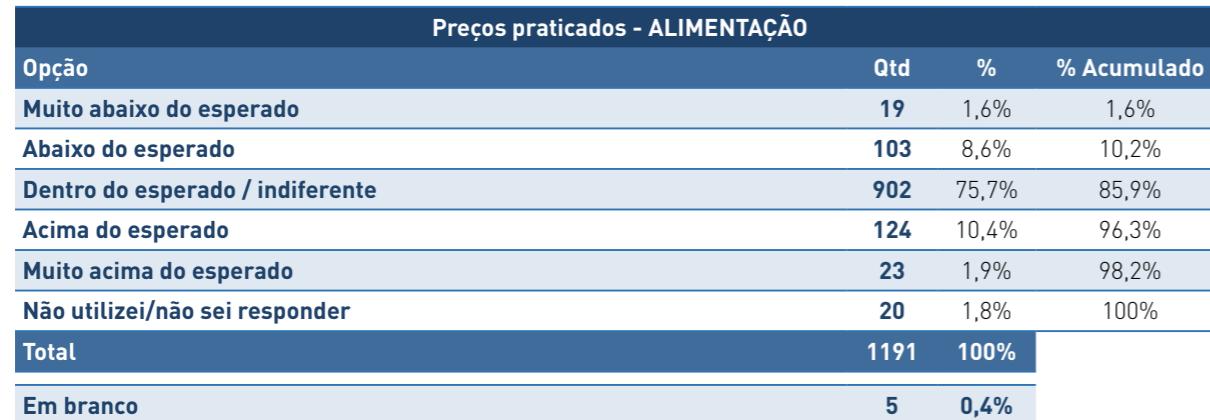


Quanto aos meios de hospedagem, vemos 7,6% dos **turistas** atestando que estão **dentro do esperado**. Menos de 2,5% disseram que estes valores estão acima do esperado.

### Observação:

Esta indagação foi feita apenas para os **turistas**, visto que são os únicos que pernoitaram na cidade do Rio de Janeiro, seja na Região Portuária ou em outro local.

## ALIMENTAÇÃO

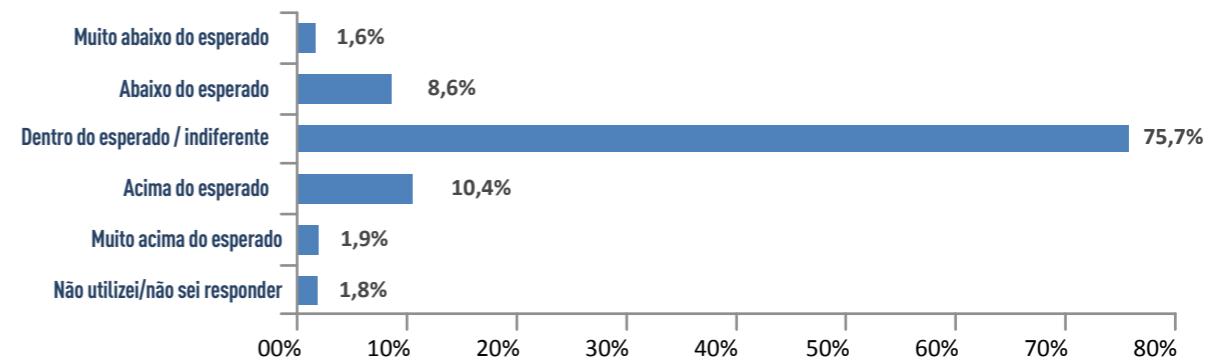


No setor de **alimentação**, os preços são tidos como **dentro do esperado/indiferentes** (75,7%), não surpreendendo os entrevistados.

Já 10,4% acham que estes valores estão **acima do esperado**.

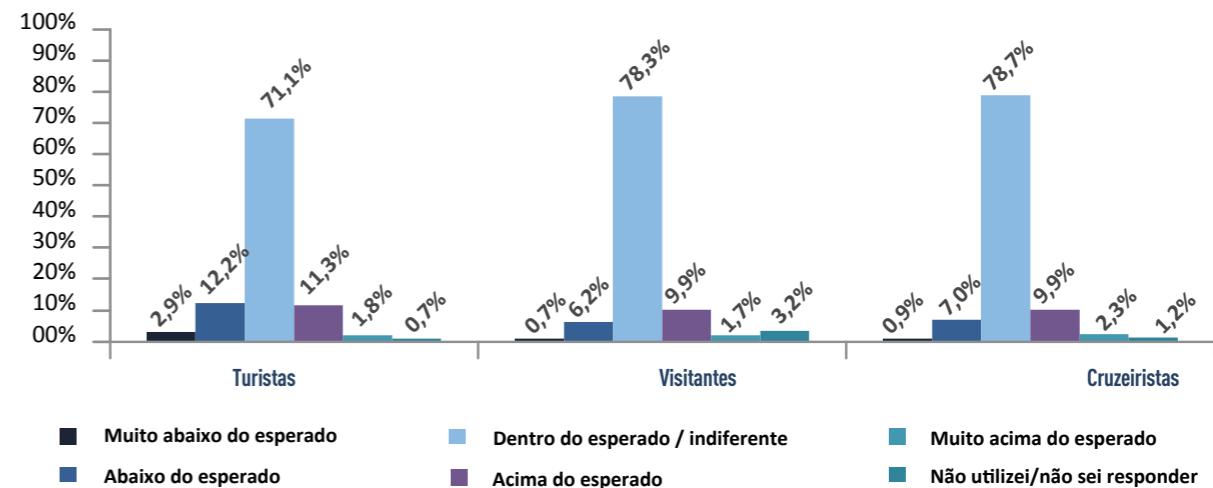
Se somados, 10,2% entendem que os preços praticados no setor de alimentação estão **abaixo** ou **muito abaixo do esperado**.

## Preços praticados - ALIMENTAÇÃO



### Análise por perfis:

## Preços praticados - ALIMENTAÇÃO



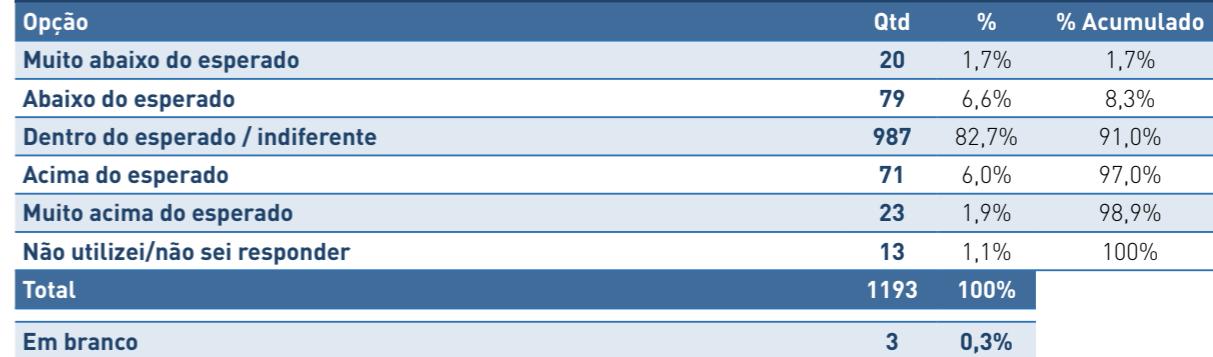
A maioria, nos três perfis, considera os preços praticados na alimentação **dentro do esperado/indiferente**, sendo respectivamente 71,1% dos **turistas**, 78,3% dos **visitantes** e 78,7% dos **cruzeiristas**.

Para alguns, os preços praticados estão **acima do esperado**. Nesta percepção, os entrevistados se distribuíram assim: 11,3% dos **turistas**, e **visitantes** e **cruzeiristas** com percentual igual (9,9%).

Os **cruzeiristas** são os que mais apontam que os preços estão **muito acima do esperado** (2,3%), um percentual pequeno se comparado aos das demais opiniões.

## COMÉRCIO

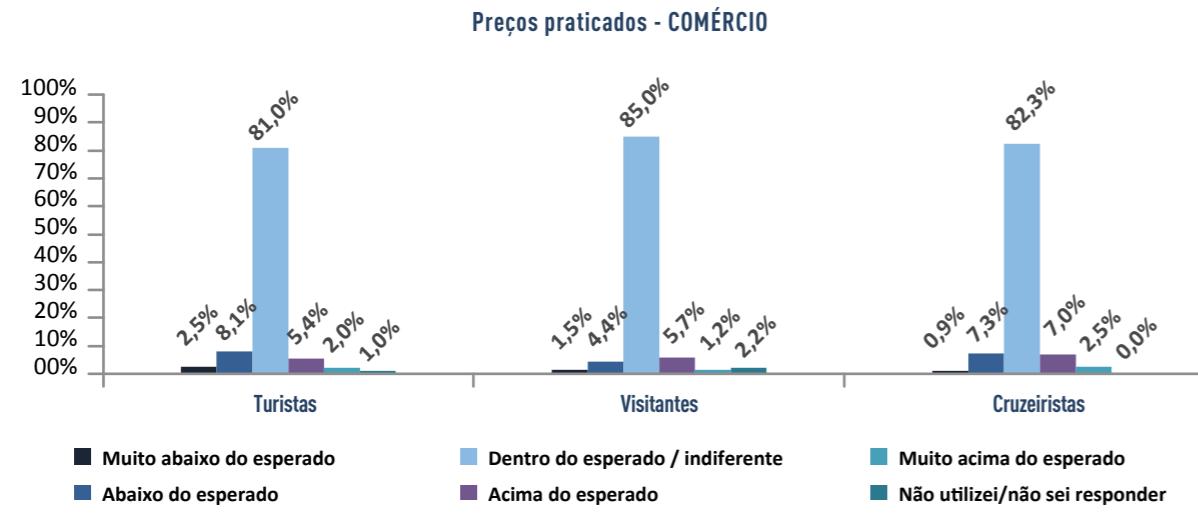
## Preços praticados - COMÉRCIO



Para os preços praticados pelo **comércio**, as opiniões **dentro do esperado/indiferente** são consideráveis (82,7%), havendo ainda quem dissesse que estão **abaixo do esperado** (6,6%), e ainda **muito abaixo do esperado** (1,7%).

Entretanto, houve quem mencionasse que os preços praticados no comércio estão **acima do esperado** (6%), ou ainda, **muito acima do esperado** (1,9%).

Neste quesito, os **cruzeiristas** têm o maior percentual entre aqueles que apontam que os preços praticados estão **acima do esperado** (7%), opinião compartilhada por 5,7% dos **visitantes** e 5,4% dos **turistas**.



#### EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER

**Preços praticados - EMPREENDIMENTO CULTURAL E DE LAZER**

Opção	Qty	%	% Acumulado
Muito abaixo do esperado	32	2,7%	2,7%
Abaixo do esperado	65	5,4%	8,1%
Dentro do esperado / indiferente	986	82,6%	90,7%
Acima do esperado	62	5,2%	95,9%
Muito acima do esperado	36	3,0%	98,9%
Não utilizei/não sei responder	12	1,1%	100%
<b>Total</b>	<b>1193</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>3</b>	<b>0,3%</b>	

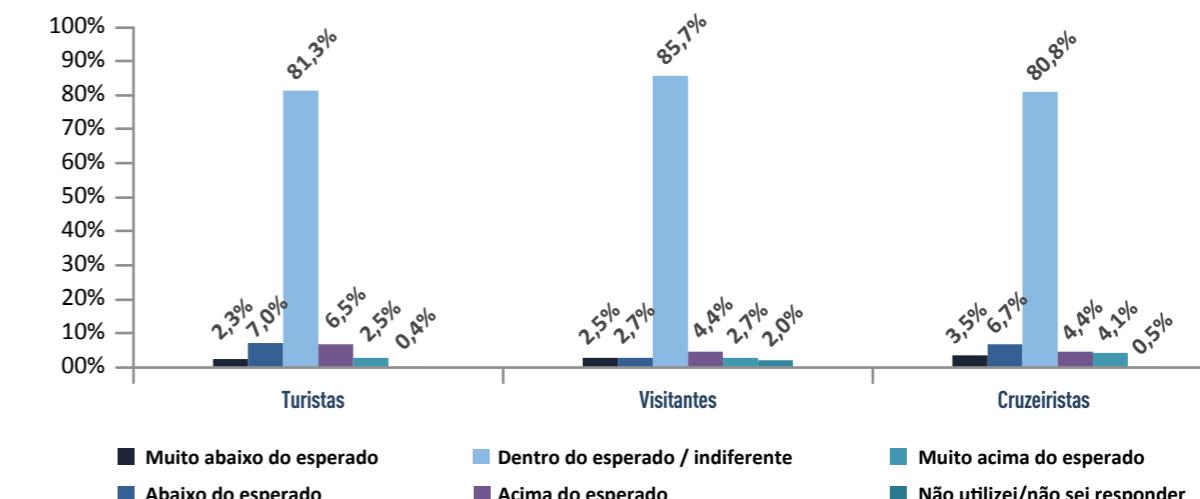
Quanto aos preços dos **empreendimentos culturais e de lazer**, 82,6% os consideram **dentro do esperado/ indiferente**.

Poucos são aqueles que, no geral, consideram os preços **abaixo do esperado** (5,4%) ou acima do esperado (5,2%).

Houve quem mencionasse que os preços dos empreendimentos culturais e de lazer estão muito **abaixo do esperado** (2,7%) e, opostamente, 3% afirmam considerar os preços **muito acima do esperado**.

Ao considerar os três perfis de entrevistados, os visitantes são os que mais julgam os preços **dentro do esperado/indiferente** (85,7%). Já os **turistas** são os que mais mencionam que os preços de empreendimentos culturais e de lazer estão **acima do esperado** (6,5%).

#### Preços praticados - EMPREENDIMENTO CULTURAL E DE LAZER



#### GASTO MÉDIO DIÁRIO

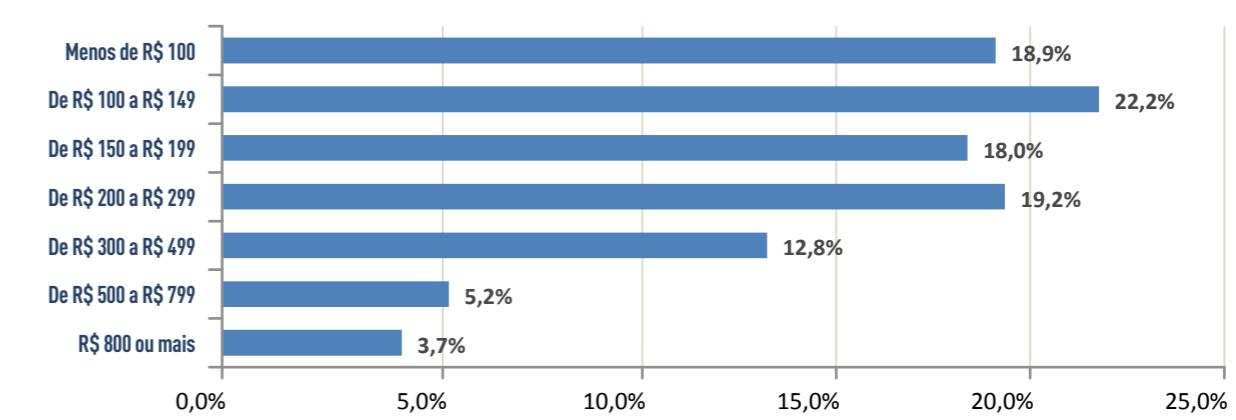
No geral, tem ideia de QUANTO GASTOU POR DIA visitando a Região Portuária

Opção	Qty	%	% Acumulado
Menos de R\$ 100	213	18,9%	18,9%
De R\$ 100 a R\$ 149	251	22,2%	41,1%
De R\$ 150 a R\$ 199	203	18,0%	59,1%
De R\$ 200 a R\$ 299	217	19,2%	78,3%
De R\$ 300 a R\$ 499	144	12,8%	91,1%
De R\$ 500 a R\$ 799	59	5,2%	96,3%
R\$ 800 ou mais	42	3,7%	100%
<b>Total</b>	<b>1129</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>67</b>	<b>5,6%</b>	
<b>Média de gasto - geral</b>		<b>R\$ 260,48</b>	

Quanto ao **gasto médio diário**, considerando a visita à Região Portuária somada às despesas em equipamentos turísticos locais, comércio, hospedagem, alimentação e atrativos, vê-se que a maioria gastou de R\$ 100 a R\$ 149, aproximadamente (22,2%).

Cerca de 19% gastaram **menos de R\$ 100** e 18% gastaram entre **R\$ 150 e R\$ 199**.

#### No geral, tem ideia de QUANTO GASTOU POR DIA visitando a Região Portuária



Por perfil de entrevistados, os gastos foram assim distribuídos:

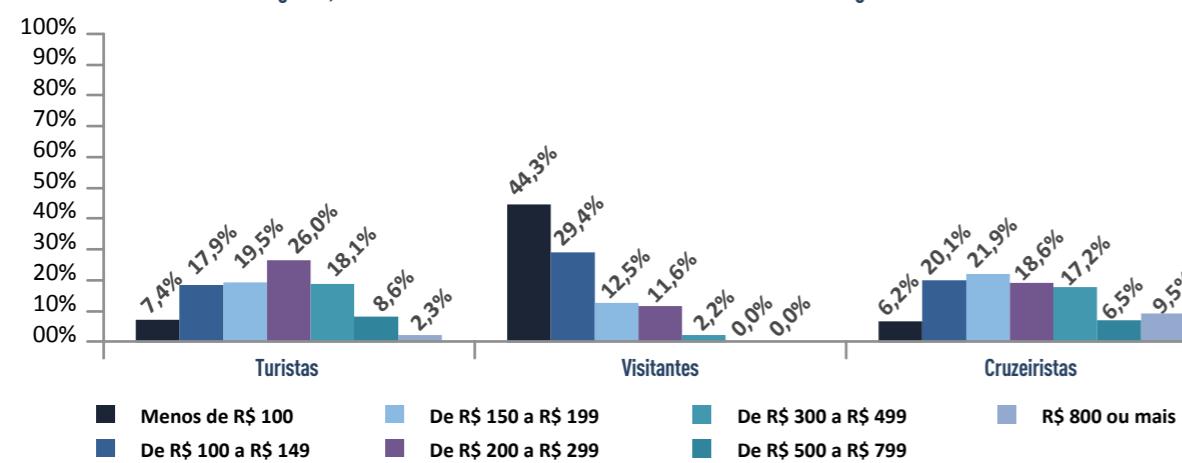
Média de gasto diário - geral	R\$ 260,48
Média de gasto diário - turistas	R\$ 263,85
Média de gasto diário - visitantes	R\$ 101,01
Média de gastos diário - cruzeiristas	R\$ 426,51
Média de gastos diário - estrangeiros	US\$ 284,46

#### OPORTUNIDADE:

Para o mercado turístico, o destino se torna barato para os estrangeiros, porque, mesmo estando o dólar ou o euro com câmbio desfavorável para os brasileiros, para os estrangeiros, US\$ 100 ou €100 continuam com o mesmo valor em seu país de origem. Se eles gastam uma determinada quantia em seu país de origem para se alimentar ou comprar presentes por exemplo, continuam gastando o valor equivalente em reais, sem achar que estão fugindo do tíquete médio que costumam consumir.

Se analisados por perfil, prevalecem os **visitantes** com o percentual de menor consumo (pouco mais de R\$ 100). São dos **cruzeiristas** os maiores gastos médios na Região Portuária, pois 9,5% deles informam que sua despesa média diária foi de pelo menos R\$ 800.

No geral, tem ideia de QUANTO GASTOU POR DIA visitando a Região Portuária



Basicamente, os **visitantes** se encaixam em dois perfis distintos: a maioria que gastou menos de R\$ 100 (44,3%) e os que gastaram entre R\$ 100 e R\$ 149 (29,4%).

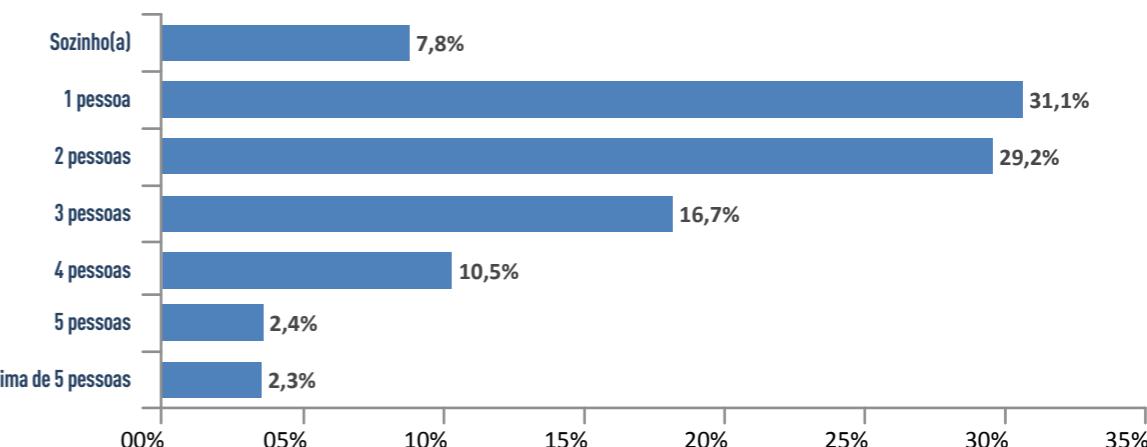
#### COM QUANTAS PESSOAS FORAM À REGIÃO PORTUÁRIA

Quantas pessoas vieram com você:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Sozinho(a)	93	7,8%	7,8%
1 pessoa	372	31,1%	38,9%
2 pessoas	349	29,2%	68,1%
3 pessoas	200	16,7%	84,8%
4 pessoas	125	10,5%	95,3%
5 pessoas	29	2,4%	97,7%
Acima de 5 pessoas	27	2,3%	100%
Total	1195	100%	
Em branco	1	0,1%	

A maioria dos entrevistados, tanto **turistas**, **cruzeiristas** quanto **visitantes**, foi à Região Portuária **acompanhada** de apenas uma pessoa (31,1%). Para os que foram com duas pessoas, este percentual alcançou 29,2%.

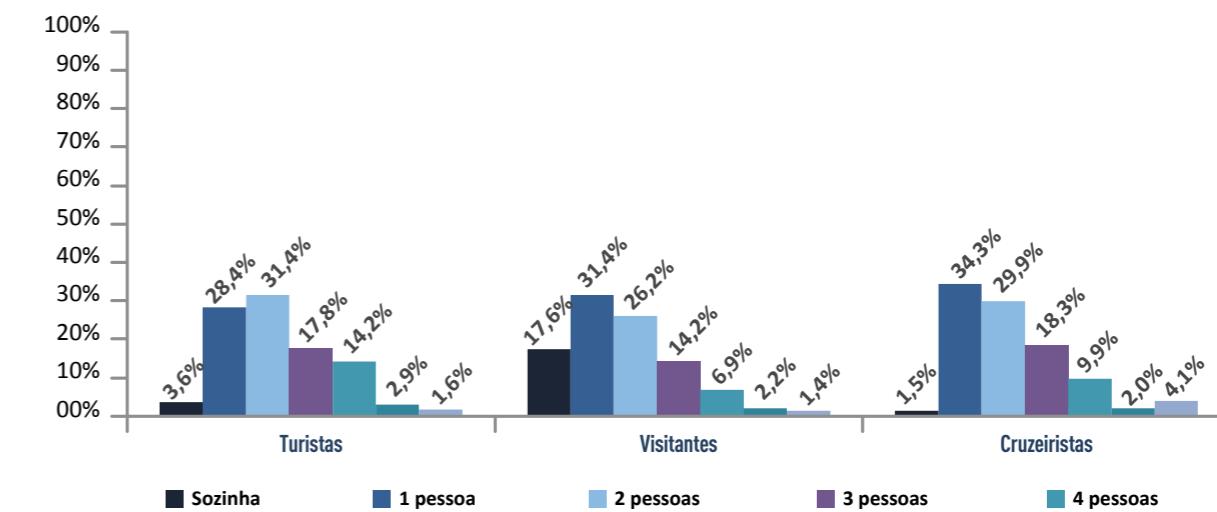
Se somados aqueles que foram à Região Portuária com três pessoas ou mais, o percentual alcança quase 32%.

Quantas pessoas vieram com você:



A maioria dos **cruzeiristas** estava acompanhado por **uma pessoa (34,3%)**; já entre os turistas prevaleceram **dois acompanhantes (31,4%)** e, quanto aos visitantes, a maioria também visitou a Região Portuária com uma pessoa (31,4%).

Quantas pessoas vieram com você:



## COMO CHEGARAM À REGIÃO PORTUÁRIA

### Como veio para a Região Portuária?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Em cruzeiro	362	33,3%	33,3%
Em ônibus de linha	232	21,3%	54,6%
De metrô	142	13,1%	67,7%
Em veículo próprio	125	11,5%	79,2%
A pé	81	7,4%	86,6%
De táxi	65	6,0%	92,6%
Outros	51	4,7%	97,3%
Por meio de agência/passeio contratado	25	2,3%	99,6%
De motocicleta	5	0,4%	100%
<b>Total</b>	<b>1088</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>26</b>	<b>2,3%</b>	

Outra indagação da pesquisa foi **como o entrevistado chegou à Região Portuária**. Ao analisarmos cada perfil, é possível perceber variações.

Houve 362 respondentes que chegaram à Região Portuária em cruzeiros, representando 33,3%. Desse, 344 atracaram no Porto e retornaram para a embarcação no final do dia – sendo considerados cruzeiristas – e 18 foram tratados nesta pesquisa como turistas, pois, mesmo tendo chegado em navios de cruzeiro, permaneceram no destino – ou seja, não retornaram para a embarcação.

Em seguida, vêm aqueles que foram à Região Portuária de ônibus de linha (21,3%), de metrô (13,1%), com veículo próprio (11,5%) e até mesmo de táxi (6%).

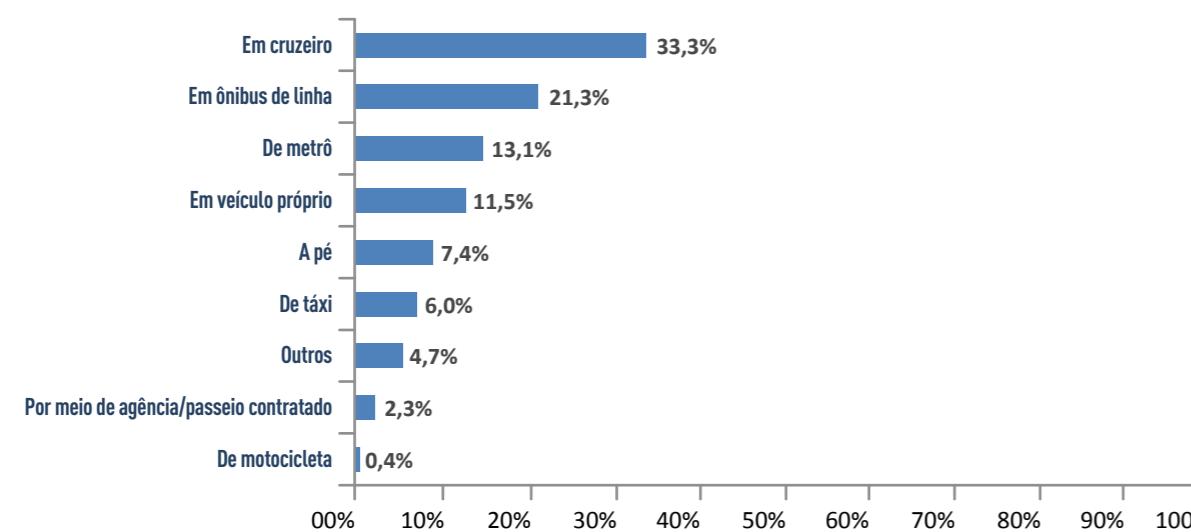
Entre os respondentes que citaram a opção “Outros” prevaleceu o trem, seguido de barca. Duas pessoas não informaram como foram à Região Portuária.

<b>Outros:</b>	<b>Trem</b>	<b>45</b>	<b>88%</b>
	<b>Barca</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>
	<b>Não informado</b>	<b>2</b>	<b>4%</b>

\* percentual calculado em relação a 51 entrevistados que citaram “Outros”

Um respondente não menciona quais foram os outros meios utilizados para chegar à Região Portuária.

### Como veio para a Região Portuária?



Quando se analisa por perfil, a maioria dos **turistas** chegaram ao local de **metrô** (25,5%). A segunda maneira mais citada foi ônibus de linha (21,9%) e em seguida **a pé** (17,6%).

## TURISTAS

### Como veio para a Região Portuária?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
De metrô	107	25,5%	25,5%
Em ônibus de linha	92	21,9%	47,4%
A pé	74	17,6%	65,0%
De táxi	61	14,5%	79,5%
Em veículo próprio	40	9,5%	89,0%
Por meio de agência/passeio contratado	24	5,7%	94,7%
Em cruzeiro	18	4,3%	99,0%
De motocicleta	3	0,7%	99,7%
Outros	1	0,3%	100%
<b>Total</b>	<b>420</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>24</b>	<b>5,4%</b>	

## VISITANTES

### Como veio para a Região Portuária?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Em ônibus de linha	140	43,2%	43,2%
Em veículo próprio	85	26,2%	69,4%
Outros	50	15,4%	84,8%
De metrô	35	10,8%	95,6%
A pé	7	2,2%	97,8%
De táxi	4	1,2%	99,0%
De motocicleta	2	0,6%	99,6%
Por meio de agência/passeio contratado	1	0,4%	100,0%
Em cruzeiro	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>2</b>	<b>0,6%</b>	

Predominam entre os **visitantes** as opções ônibus de linha (43,2%) e **veículo próprio** (26,2%) como forma de chegada à Região Portuária. Há também aqueles que foram de trem ou **barca** (15,4%), representados na tabela na opção “Outros”.



## CRUZEIRISTAS

Como veio para a Região Portuária?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Em cruzeiro	344	100,0%	100,0%
A pé	0	0,0%	0,0%
De metrô	0	0,0%	0,0%
De motocicleta	0	0,0%	0,0%
De táxi	0	0,0%	0,0%
Em ônibus de linha	0	0,0%	0,0%
Em veículo próprio	0	0,0%	0,0%
Outros	0	0,0%	0,0%
Por meio de agência/ passeio contratado	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>	
Em branco	0	0,0%	

Obviamente, percebe-se que todos os cruzeiristas (100%) chegaram à Região Portuária em navios de cruzeiro, devidamente agendados para ancorar naquele local.

## COMO FICARAM SABENDO DA REGIÃO PORTUÁRIA

Como ficou sabendo da Região Portuária?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Televisão	613	34,4%	34,4%
Internet	556	31,2%	65,6%
Indicação	413	23,2%	88,8%
Jornal/revistas	139	7,8%	96,6%
Folheteria	53	2,8%	99,4%
Outdoor	5	0,3%	99,7%
Rádio	1	0,1%	99,8%
Busdoor	1	0,1%	99,9%
Já conhecia	1	0,1%	100%
<b>Total</b>	<b>1782</b>	<b>100%</b>	
Em branco	31	2,8%	

A **televisão** foi apontada por 34,4% dos respondentes como o principal meio de informação usado para **tomarem conhecimento** sobre a Região Portuária.

A **internet** também é outro meio bastante utilizado pelos entrevistados, alcançando 31,2%.

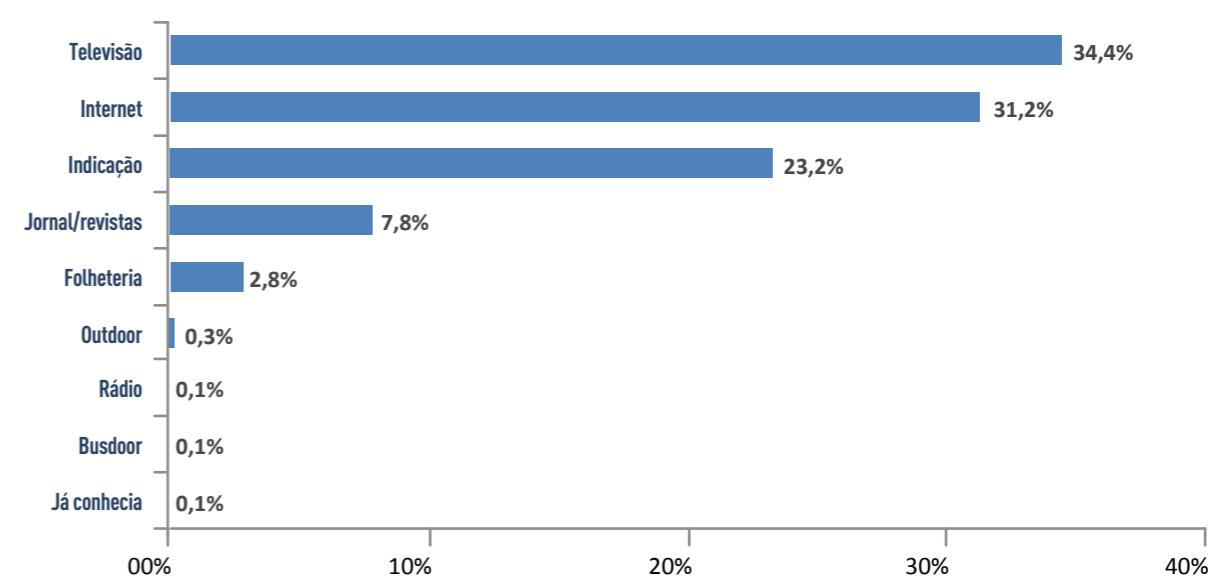
Houve quem mencionasse que a **indicação** foi a forma em que soube da **Região Portuária** e foi, ainda, por meio de **jornal/revistas** que cerca de 8% afirmaram ficar sabendo da região.

Mesmo com percentual pequeno, vale citar que 2,8% comentam que ficaram sabendo por meio de folheteria distribuída em pontos específicos.

**Observação:**

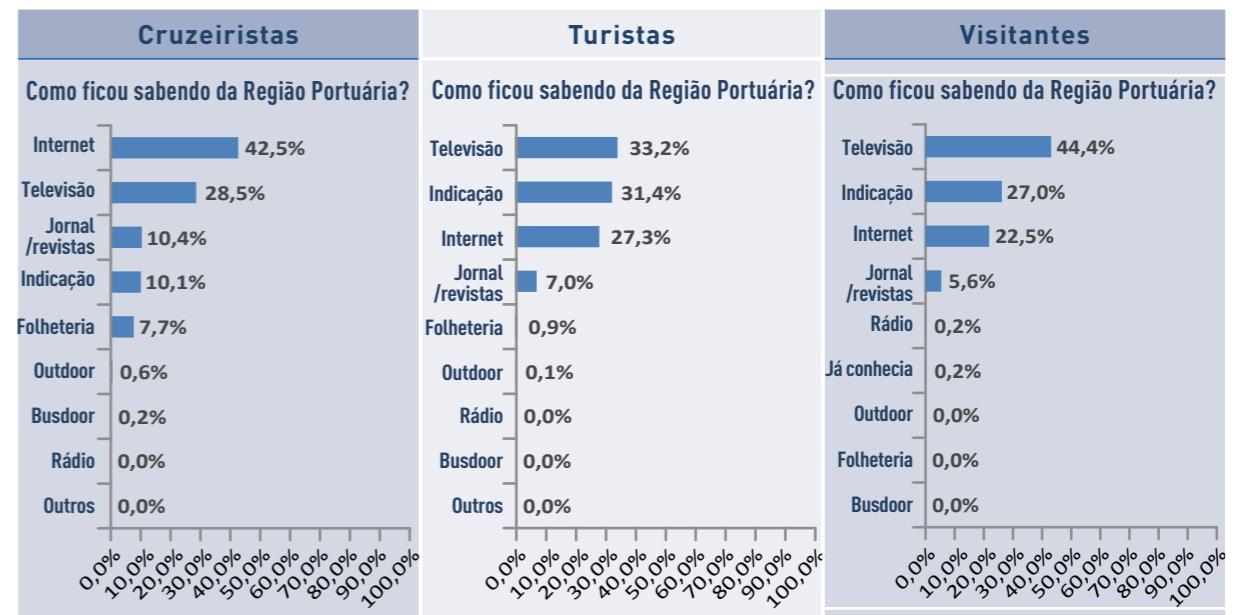
Por se tratar de questão de múltipla escolha, o total supera 1.780 respostas citadas.

## Como ficou sabendo da Região Portuária?



A **indicação de conhecidos** foi a terceira maior forma de conhecimento sobre a Região Portuária, alcançando 23,2% dos pesquisados.

Se analisados os perfis de entrevistados, a **Internet** predominou entre os **cruzeiristas** e a **televisão** entre os **visitantes** e **turistas**.

**Considerações:**

- Os **turistas** foram os que mais apontaram a **indicação** de conhecidos como razão pela qual ficaram sabendo da Região Portuária.

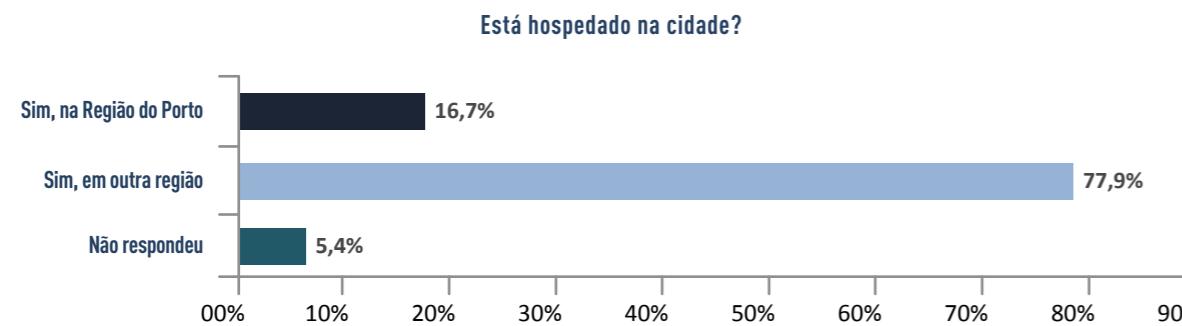
- A **folheteria** foi mais citada pelos **cruzeiristas** em relação aos demais perfis de entrevistados.

## MEIOS DE HOSPEDAGEM E TEMPO DE ESTADIA

Opção	Está hospedado na cidade?		
	Qty	%	% Acumulado
Sim, na Região do Porto	74	16,7%	16,7%
Sim, em outra região	346	77,9%	94,6%
Não respondeu	24	5,4%	100%
<b>Total</b>	<b>444</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

Quanto à hospedagem dos **turistas**, 16,7% (ou seja, 74 pessoas) optaram pela **Região Portuária**.

Já os demais, 77,9% estão em **outras localidades**.



Dentre as 12 **principais regiões** da cidade do Rio de Janeiro que os **turistas** disseram estar **hospedados**, estão:

Em qual região?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Copacabana	80	30,7%	30,7%
Botafogo	25	9,6%	40,3%
Santa Teresa	25	9,6%	49,9%
Catete	16	6,1%	56,0%
Glória	14	5,4%	61,4%
Centro	12	4,6%	66,0%
Flamengo	11	4,2%	70,2%
Tijuca	8	3,0%	73,2%
Lapa	6	2,2%	75,4%
São Cristóvão	6	2,2%	77,6%
Largo do Machado	4	1,5%	79,1%
Vila Isabel	4	1,5%	80,6%



Copacabana se destaca, recebendo 30,7% dos turistas hospedados. Os turistas também escolheram Botafogo e Santa Teresa como local de hospedagem (ambos com 9,6%).

## OUTRAS REGIÕES MENCIONADAS:

Em qual região?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Benfica	3	1,1%	81,7%
Bonsucesso	3	1,1%	82,8%
Irajá	3	1,1%	83,9%
Leme	3	1,1%	85,0%
Rio Comprido	3	1,1%	86,1%
Santa Teresa	3	1,1%	87,2%
Bangu	2	0,8%	88,0%
Campo Grande	2	0,8%	88,8%
Ilha do Governador	2	0,8%	89,6%
Laranjeiras	2	0,8%	90,4%
Maria da Graça	2	0,8%	91,2%
Penha	2	0,8%	92,0%

E ainda:

Em qual região?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Ramos	2	0,8%	92,8%
Riachuelo	2	0,8%	93,6%
Santa Cruz	2	0,8%	94,4%
Urca	2	0,8%	95,2%
Alto da Boa Vista	1	0,4%	95,6%
Cavalcante	1	0,4%	96,0%
Estácio	1	0,4%	96,4%
Inhaúma	1	0,4%	96,8%
Ipanema	1	0,4%	97,2%
Leblon	1	0,4%	97,6%
Madureira	1	0,4%	98,0%
Méier	1	0,4%	98,4%

E por fim:

Em qual região?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Niterói	1	0,4%	98,8%
Realengo	1	0,4%	99,2%
Taquara	1	0,4%	99,6%
Triagem	1	0,4%	100,0%

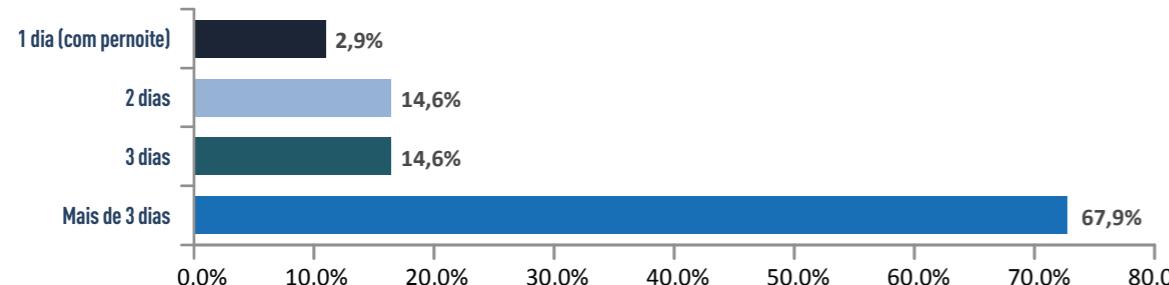
Qual o tempo previsto de sua estadia? (em dias e nesta cidade)			
Opção	Qty	%	% Acumulado
1 dia (com pernoite)	12	2,9%	2,9%
2 dias	61	14,6%	17,5%
3 dias	61	14,6%	32,1%
Mais de 3 dias	284	67,9%	100%
<b>Total</b>	<b>418</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>26</b>	<b>5,9%</b>	

O **tempo previsto de estadia na cidade** supera os três dias para 67,9% dos entrevistados.

São 61 respondentes que pretendem ficar na cidade por dois dias, que representam 14,6%. Quantidade e percentual igual afirma permanecer hospedados na cidade por três dias.

Já 2,9% dizem pernoitar na cidade por somente um dia.

Qual o tempo previsto de sua estadia? (em dias e nesta cidade)



Enoteca DOC

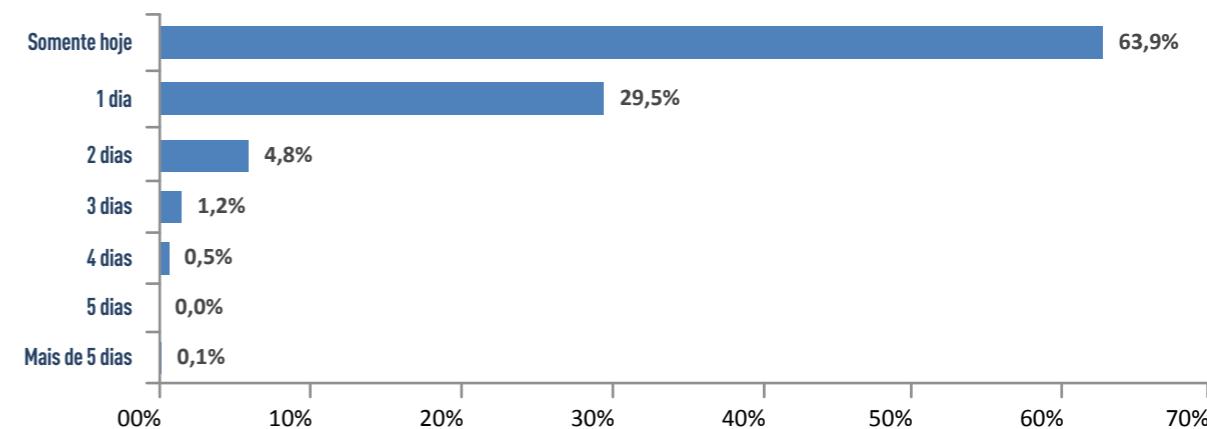
#### TEMPO DE PERMANÊNCIA OU VISITAÇÃO NA REGIÃO PORTUÁRIA

Quantos dias você pretende permanecer / visitar a Região do Porto?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Somente hoje	764	63,9%	63,9%
1 dia	353	29,5%	93,4%
2 dias	57	4,8%	98,2%
3 dias	14	1,2%	99,4%
4 dias	7	0,5%	99,9%
5 dias	0	0,0%	99,9%
Mais de 5 dias	1	0,1%	100%
<b>Total</b>	<b>1196</b>	<b>100%</b>	

Quanto ao **tempo de permanência ou período de visitação na Região Portuária**, a maioria ficou somente um dia, sem pernoite, opção identificada na pesquisa como **somente hoje (63,9%)**.

Há ainda os que afirmaram ficar apenas um dia com pernoite (29,5%), podendo se hospedar ou não na Região Portuária.

Quantos dias você pretende permanecer / visitar a Região do Porto?



Por grupos de entrevistados:

#### GERAL

Quantos dias você pretende permanecer / visitar a Região do Porto?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Somente hoje	764	63,9%	63,9%
1 dia	353	29,5%	93,4%
2 dias	57	4,8%	98,2%
3 dias	14	1,2%	99,4%
4 dias	7	0,5%	99,9%
5 dias	0	0,0%	99,9%
Mais de 5 dias	1	0,1%	100%

#### TURISTAS

Quantos dias você pretende permanecer / visitar a Região do Porto?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Somente hoje	13	2,9%	2,9%
1 dia	352	79,3%	82,2%
2 dias	57	12,8%	95,0%
3 dias	14	3,2%	98,2%
4 dias	7	1,6%	99,8%
5 dias	0	0,0%	99,8%
Mais de 5 dias	1	0,2%	100%

#### VISITANTES

Quantos dias você pretende permanecer / visitar a Região do Porto?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Somente hoje	325	99,7%	99,7%
1 dia	1	0,3%	100,0%
2 dias	0	0,0%	100,0%
3 dias	0	0,0%	100,0%
4 dias	0	0,0%	100,0%
5 dias	0	0,0%	100,0%
Mais de 5 dias	0	0,0%	100%

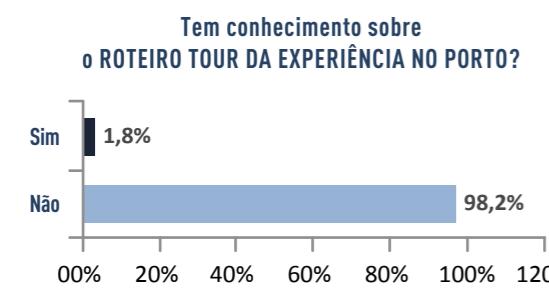
#### CRUZEIRISTAS

Quantos dias você pretende permanecer / visitar a Região do Porto?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Somente hoje	344	100,0%	100,0%
1 dia	0	0,0%	100,0%
2 dias	0	0,0%	100,0%
3 dias	0	0,0%	100,0%
4 dias	0	0,0%	100,0%
5 dias	0	0,0%	100,0%
Mais de 5 dias	0	0,0%	100%

O visitante de cidade vizinha que comentou ficar um dia na Região Portuária retornaria outro dia para continuar visitando a região, permanecendo, neste caso, em sua residência.

#### ROTEIRO TOUR DA EXPERIÊNCIA NO PORTO: UM 3X4 DA BRASILIDADE

Tem conhecimento sobre o ROTEIRO TOUR DA EXPERIÊNCIA NO PORTO?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Sim	22	1,8%	1,8%
Não	1169	98,2%	100%
<b>Total</b>	<b>1191</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>5</b>	<b>0,4%</b>	

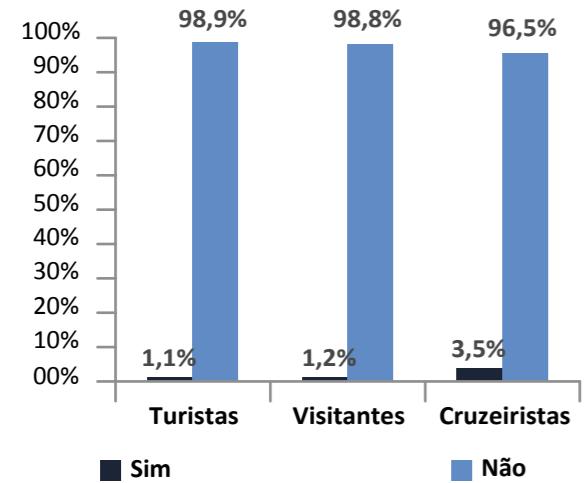


A pesquisa interrogou aos entrevistados se conheciam o roteiro Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade, iniciativa do Sebrae no Porto:

Nota-se que poucas pessoas conhecem este roteiro, sendo apenas citado por 1,8% dos entrevistados.

Ao analisar por perfis, vale destacar que os **cruzeiristas** são os que mais mostraram conhecer o roteiro (3,5%).

#### Tem conhecimento sobre o ROTEIRO TOUR DA EXPERIÊNCIA NO PORTO?



Com intenção de confirmar as informações cedidas pelos entrevistados, ao serem questionados se conheciam o roteiro Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade, a indagação se estende para quais os pontos visitados.

Dos que citam conhecimento sobre o roteiro Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade, 12 mencionaram ter visitado alguns pontos turísticos, sendo que, **cinco entrevistados** visitaram o Museu do Amanhã, outros **dois** mencionaram que conheceram o Corcovado e ainda **outros dois** disseram ter visitado o Pão de Açúcar e Maracanã. No entanto, esses três atrativos estão localizados fora da Região Portuária e não fazem parte do roteiro Tour da Experiência no Porto. Os demais (**três entrevistados**) não haviam visitado os pontos que compõem o roteiro Tour da Experiência no Porto ou não souberam responder.

É oportuno citar que no período de realização da pesquisa o roteiro ainda não se encontrava amplamente divulgado e havia acabado de ser disponibilizado nos postos de informações turísticas da cidade.



Hotel Gamboa



Restaurante Maria Maria

**Roteiro do Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade** - A Região Portuária do Rio de Janeiro vive um momento especial de transformações. Novos atrativos culturais e históricos estão integrados às tradicionais rotas turísticas da cidade. É visível o aumento do número de visitantes na região. A nova dinâmica e a crescente demanda turística exigiram preparação e planejamento para as empresas locais. O Sebrae/RJ, com o apoio da Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (Cdurp) e da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur), desenvolveu o roteiro "Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade" com 17 micro e pequenas empresas certificadas que atuam nos segmentos de gastronomia, hospedagem, comércio, visitas guiadas e atrativos turísticos.

Com o apoio das consultorias do Sebrae/RJ, cada empresa criou um produto que proporciona aos visitantes uma experiência única. Analisados por uma banca avaliadora, os empreendimentos participantes desenvolveram produtos inovadores, com foco em oferecer uma experiência memorável aos consumidores.

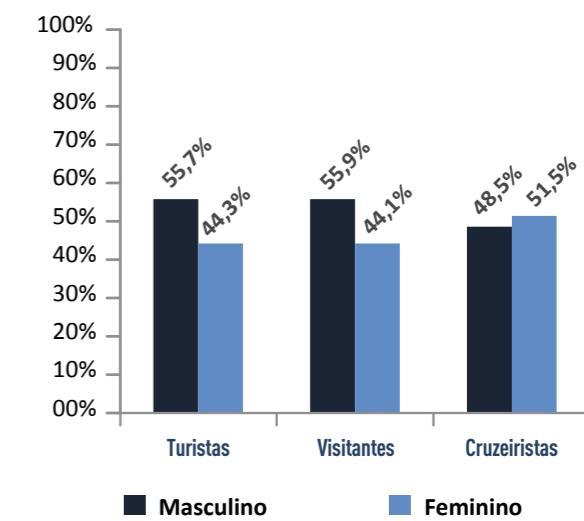
O roteiro é uma oportunidade para mergulhar na identidade cultural da região, do Rio de Janeiro e do Brasil. Trata-se de uma mescla que reúne ruas e casarios antigos, hábitos e culturas dos diferentes povos que expressam a nossa brasiliade. Uma experiência que combina com a diversidade brasileira, das iguarias dos botecos tradicionais à sofisticação de uma enoteca. O visitante pode se encantar com o charme de uma chapelaria centenária, assim como a história da diáspora africana. O passeio proposto por cada empresa participante estimula a vivência local com um jeito bem carioca. É para entrar e ficar à vontade.

#### PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Gênero:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
<b>Masculino</b>	<b>638</b>	<b>53,7%</b>	<b>53,7%</b>
<b>Feminino</b>	<b>550</b>	<b>46,3%</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>1188</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>8</b>	<b>0,7%</b>	

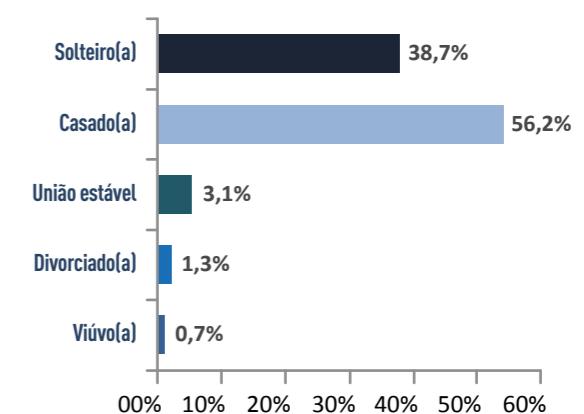
Com relação ao **gênero**, 53,7% dos entrevistados são do sexo masculino e 46,3% do feminino.

#### Gênero:



Entre os **visitantes** e **turistas**, houve mais homens entrevistados. Já entre os **cruzeiristas**, mais mulheres entrevistadas.

#### Estado civil:

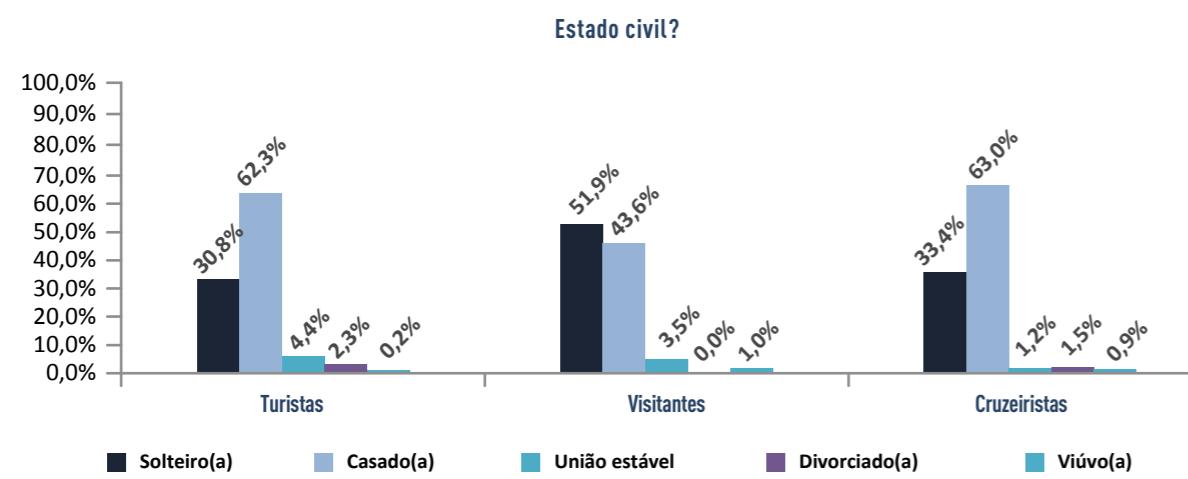


Quanto ao **estado civil**, prevalecem os casados (56,2%), seguidos dos solteiros (38,7%); 3,1% afirmam ter união estável e 1,3% é divorciado.

#### Estado civil:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
<b>Solteiro(a)</b>	<b>456</b>	<b>38,7%</b>	<b>38,7%</b>
<b>Casado(a)</b>	<b>661</b>	<b>56,2%</b>	<b>94,9%</b>
<b>União estável</b>	<b>37</b>	<b>3,1%</b>	<b>98,0%</b>
<b>Divorciado(a)</b>	<b>15</b>	<b>1,3%</b>	<b>99,3%</b>
<b>Viúvo(a)</b>	<b>8</b>	<b>0,7%</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>1177</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>19</b>	<b>1,6%</b>	

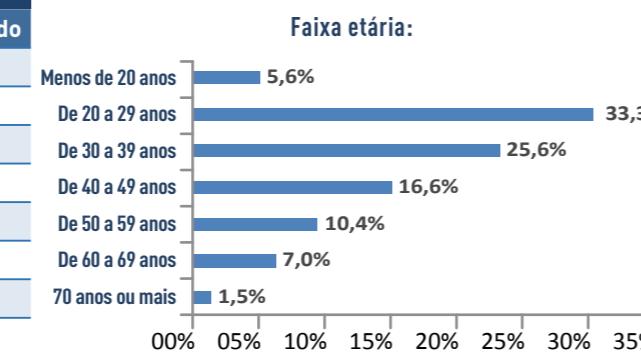
Entre os entrevistados, o grupo dos **visitantes** foi o que mais teve solteiros.



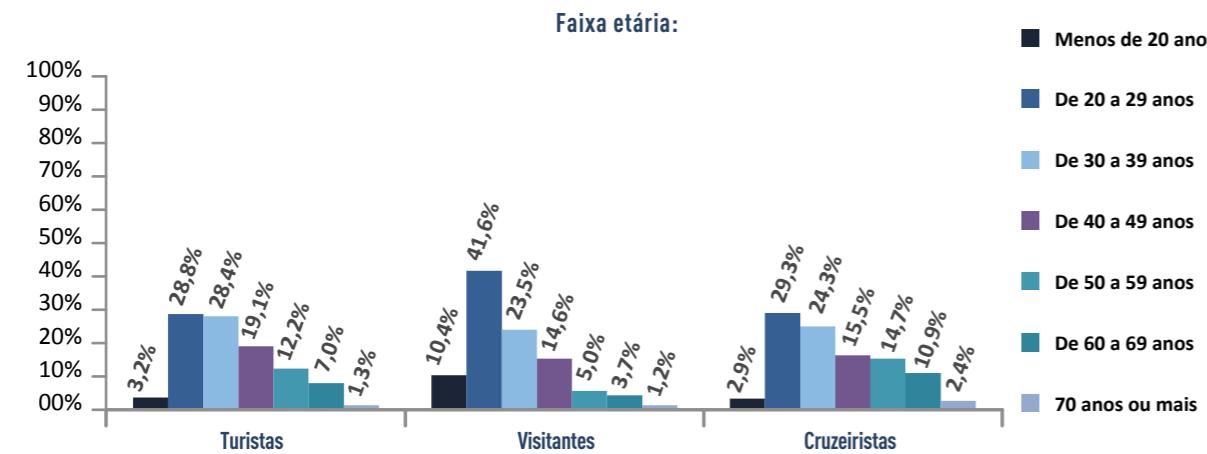
Quanto à **faixa etária**, o maior grupo é daqueles entre 20 e 29 anos, seguido dos que têm entre 30 e 39 anos. Somados, estes dois grupos alcançam praticamente 59%.

**Faixa etária:**

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Menos de 20 anos	66	5,6%	5,6%
De 20 a 29 anos	396	33,3%	38,9%
De 30 a 39 anos	304	25,6%	64,5%
De 40 a 49 anos	197	16,6%	81,1%
De 50 a 59 anos	124	10,4%	91,5%
De 60 a 69 anos	83	7,0%	98,5%
70 anos ou mais	19	1,5%	100%
<b>Total</b>	<b>1189</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>7</b>	<b>0,6%</b>	



Se comparados aos três perfis de entrevistados, os jovens são em sua maioria **visitantes**. O grupo da “melhor idade” é o que tem maior presença entre os **cruzeiristas**.



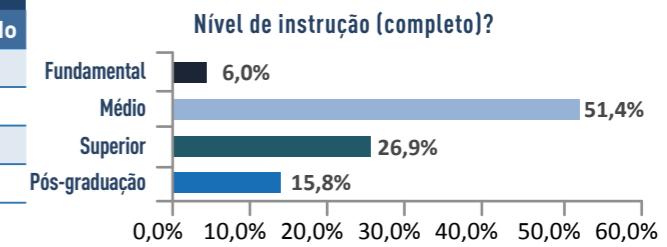
## Considerações:

- Praticamente se iguala o percentual de **turistas** com faixa etária entre **20 e 29 anos** e **30 e 39 anos**.
- Dos **visitantes**, há 41,6% com idade entre **20 e 29 anos**.
- Poucos são os **cruzeiristas** com idade inferior a **20 anos** (apenas 2,9%).

Quanto ao **grau de instrução**, predominam os que já concluíram o ensino médio (51,4%).

**Nível de instrução (completo):**

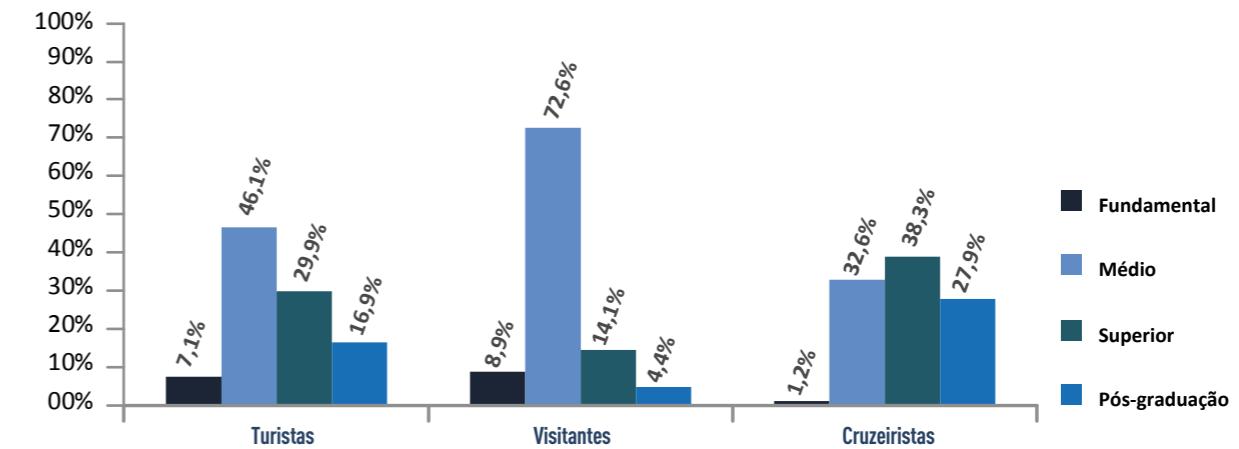
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Fundamental	71	6,0%	6,0%
Médio	606	51,4%	57,4%
Superior	317	26,9%	84,3%
Pós-graduação	186	15,7%	100%
<b>Total</b>	<b>1180</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>16</b>	<b>1,3%</b>	



Considerando que 26,9% possuem curso superior completo e 15,7% são pós-graduados, computa-se mais de 42% dos entrevistados.

**No perfil dos visitantes prevalecem os que concluíram apenas o ensino médio.**

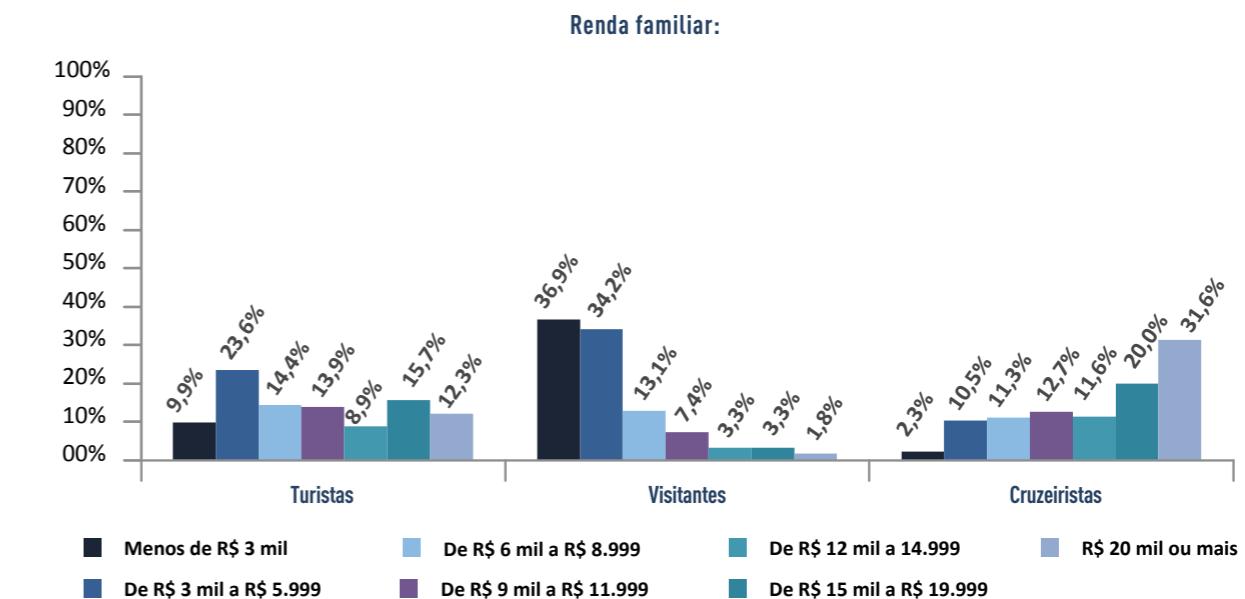
## Nível de instrução (completo):



## DESTAQUES:

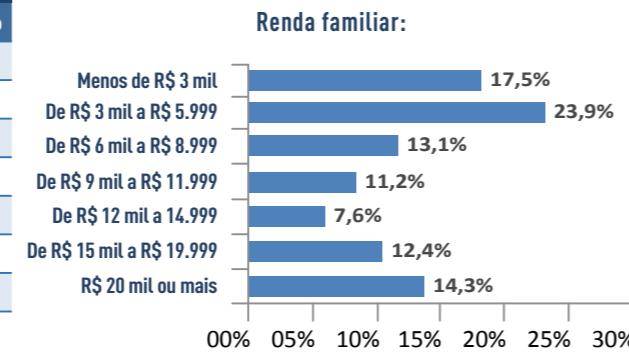
- A maioria dos **pós-graduados** está entre os **cruzeiristas**, seguida dos **turistas**.
- Há elevado percentual de **cruzeiristas** com **curso superior completo** (38,3%) que, quando somados àqueles que possuem **pós-graduação**, totalizam 66,2%.
- As **profissões** (segmento profissional) também foram apuradas na pesquisa, afim de completar o perfil dos entrevistados. A maioria é composta por funcionários de empresas privadas, os quais alcançam pouco mais de 31%. A seguir, surgem os estudantes (14,3%) e os autônomos (13,6%).

Profissão:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Funcionário de empresa privada	365	31,2%	31,2%
Estudante	167	14,3%	45,5%
Autônomo/trabalha por conta própria	159	13,6%	59,1%
Funcionário público	157	13,4%	72,5%
Do lar	104	8,9%	81,4%
Empresário	90	7,7%	89,1%
Aposentado(a)	87	7,4%	96,5%
Desempregado(a)	42	3,5%	100,0%
Outros	0	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>1171</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>28</b>	<b>2,3%</b>	



A **renda familiar** preponderante varia entre R\$ 3 mil e R\$ 5.999 (23,9%). Há quem receba abaixo de R\$ 3 mil (17,5%) e quem supere a renda de R\$ 20 mil (14,3%).

Renda familiar:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Menos de R\$ 3 mil	179	17,5%	17,5%
De R\$ 3 mil a R\$ 5.999	244	23,9%	41,4%
De R\$ 6 mil a R\$ 8.999	134	13,1%	54,5%
De R\$ 9 mil a R\$ 11.999	115	11,2%	65,7%
De R\$ 12 mil a 14.999	78	7,6%	73,3%
De R\$ 15 mil a R\$ 19.999	127	12,4%	85,7%
R\$ 20 mil ou mais	146	14,3%	100%
<b>Total</b>	<b>1023</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>173</b>	<b>14,5%</b>	



#### Considerações:

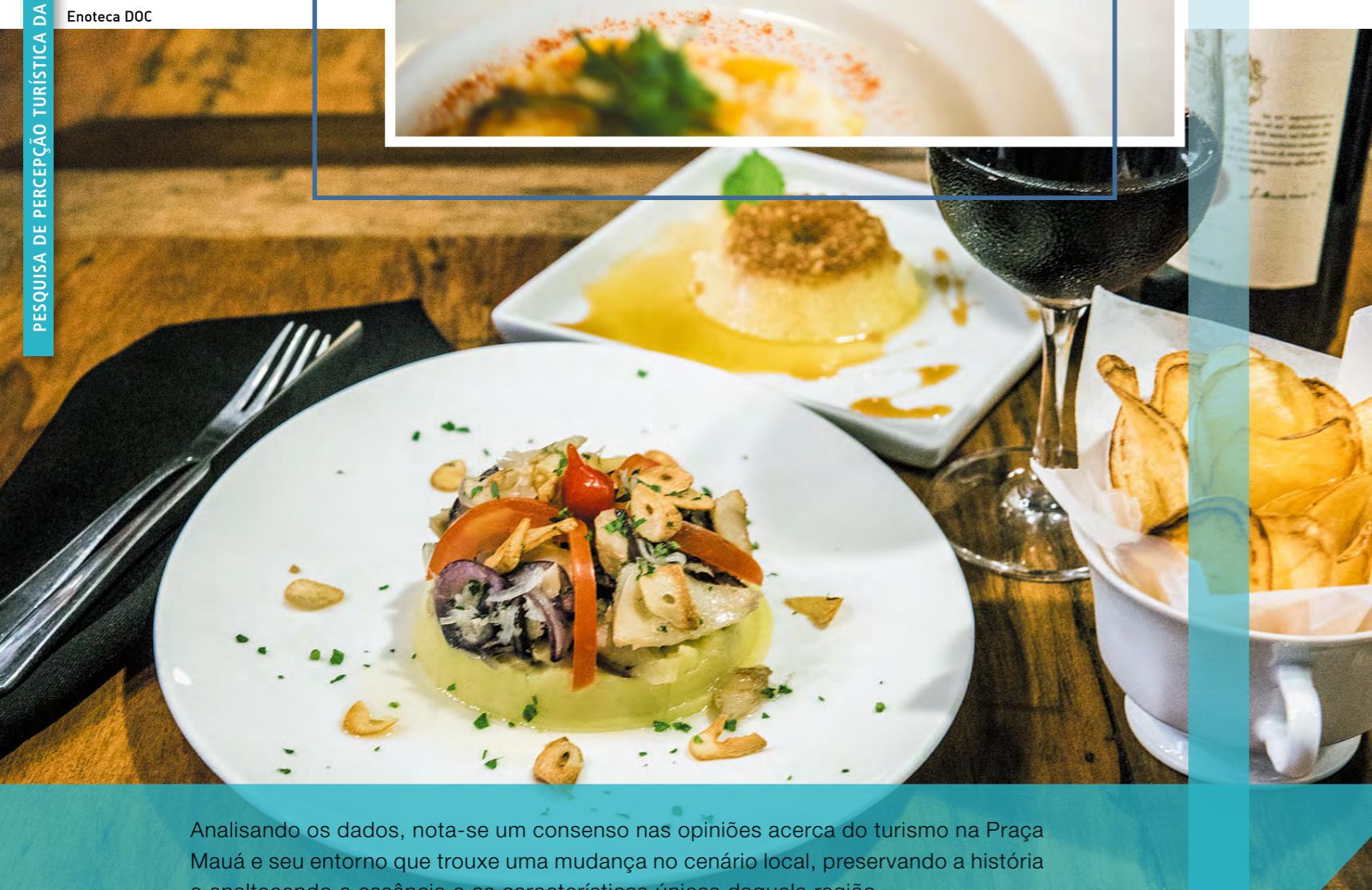
- Os **visitantes** são os que têm a **menor renda familiar**.
- Entre os **turistas**, predomina a renda familiar entre **R\$ 3 mil a R\$ 5.999 mil**.
- Já entre os **cruzeiristas**, a maior renda apontada foi **R\$ 20 mil ou mais**, para 31,6% deles.





MAR – Museu de Arte do Rio

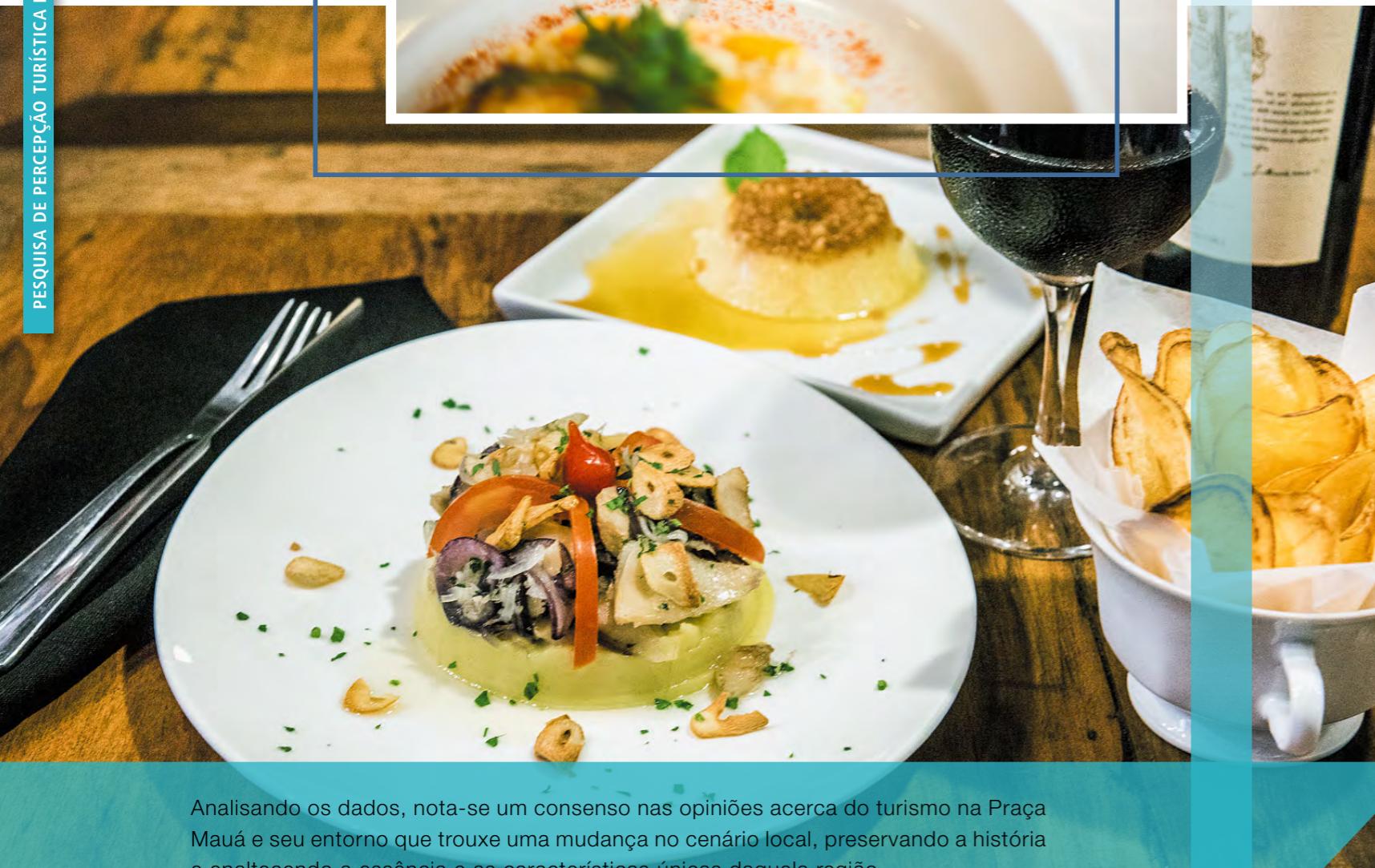
## SÍNTESE DA PESQUISA



Restaurante Málaga



Enoteca DOC



Analizando os dados, nota-se um consenso nas opiniões acerca do turismo na Praça Mauá e seu entorno que trouxe uma mudança no cenário local, preservando a história e enaltecendo a essência e as características únicas daquela região.

Sejam visitantes, locais ou não, turistas e cruzeiristas, a grande maioria se mostrou muito satisfeita com o que foi ofertado. Há poucas, mas importantes sugestões que valem a pena ser ordenadas e traçadas como plano de trabalho, como a melhoria do acesso aos locais e a oferta de produtos e serviços turísticos.



- A maioria que não mora na Região Portuária visita pela primeira vez este local.
- Os visitantes, tidos como moradores da cidade do Rio de Janeiro, em sua maioria já visitaram duas ou três vezes a Região Portuária.



- Prevalece lazer e turismo como o principal motivo da viagem realizada pelos Turistas.
- Mais de **75%** dos moradores das cercanias já visitaram os atrativos e pontos turísticos da Região Portuária.
- As expressões **BELEZA, MUSEU DO AMANHÃ** e **MUSEU** são as mais citadas quando pergunta-se o que vem à mente do entrevistado quando se fala "Região Portuária".



- Todas as mudanças e transformações na Região Portuária agradaram cerca de **83%** dos entrevistados, superando, inclusive, suas expectativas.
- O **MUSEU DO AMANHÃ** é o atrativo mais indicado pelos respondentes para quem deseja conhecer a área. Além disso, foi citado como o lugar que não pode deixar de ser visitado, segundo os respondentes. Em seguida, vem o **MAR - Museu de Arte do Rio**.



- Praticamente **100%** dos entrevistados indicaram a Região Portuária para seus familiares, amigos e conhecidos.
- A segurança é tida como **MUITO BOA** e **BOA** para **98,8%** dos entrevistados.
- A acessibilidade satisfaz **68,8%** dos que responderam à pesquisa.
- O atendimento nos meios de hospedagem é **BOM** para **55%** os entrevistados que os utilizaram.



- As áreas de convivência da Região Portuária são tidas como **ORGANIZADAS** e com **ÓTIMOS AMBIENTES**.
- Pouco menos da metade elogia a área de alimentação comentando que há **MUITAS OPÇÕES** ou que são **BOAS** as existentes.



- A limpeza e higienização é considerada como **MUITO BEM EXECUTADA** e **BEM EXECUTADA** por **96%** dos respondentes.
- Os estacionamentos requerem atenção, pois somente **21,3%** disseram que atendem **TOTALMENTE** às **NECESSIDADES**.
- Mais da metade afirma que o acesso à Região Portuária é **TOTALMENTE ADEQUADO** e **ORGANIZADO**.



- Menos da metade dos entrevistados buscaram informações sobre a Região Portuária.
- Quando procuradas as informações, boa parte afirmou ter sido sobre os pontos turísticos.
- Os postos de informações estão **TOTALMENTE ADEQUADOS** para **35,2%** dos entrevistados e **ADEQUADOS** para **51%**.



- A alimentação é **BOA** para **64,7%** dos visitantes, turistas e cruzeiristas.
- O atendimento no comércio agrada, tendo conceito **BOM** dado por cerca de **64,4%** do público.
- Os empreendimentos culturais e de lazer são considerados **BONS** em **62,5%** das respostas.



- De cada **10** entrevistados, **nove** ficaram apenas um dia na Região Portuária.



- Os preços praticados na Região Portuária são considerados **DENTRO DO ESPERADO**.
- A maioria visita a Região Portuária acompanhada por **UMA** ou **DUAS PESSOAS**.
- A **televisão** e a **internet** são os principais meios que tornam a Região Portuária mais conhecida.



- O Roteiro Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasiliidade é ainda muito pouco conhecido por todos.

Restaurante Málaga



## APÊNDICES

## Visão dos estrangeiros

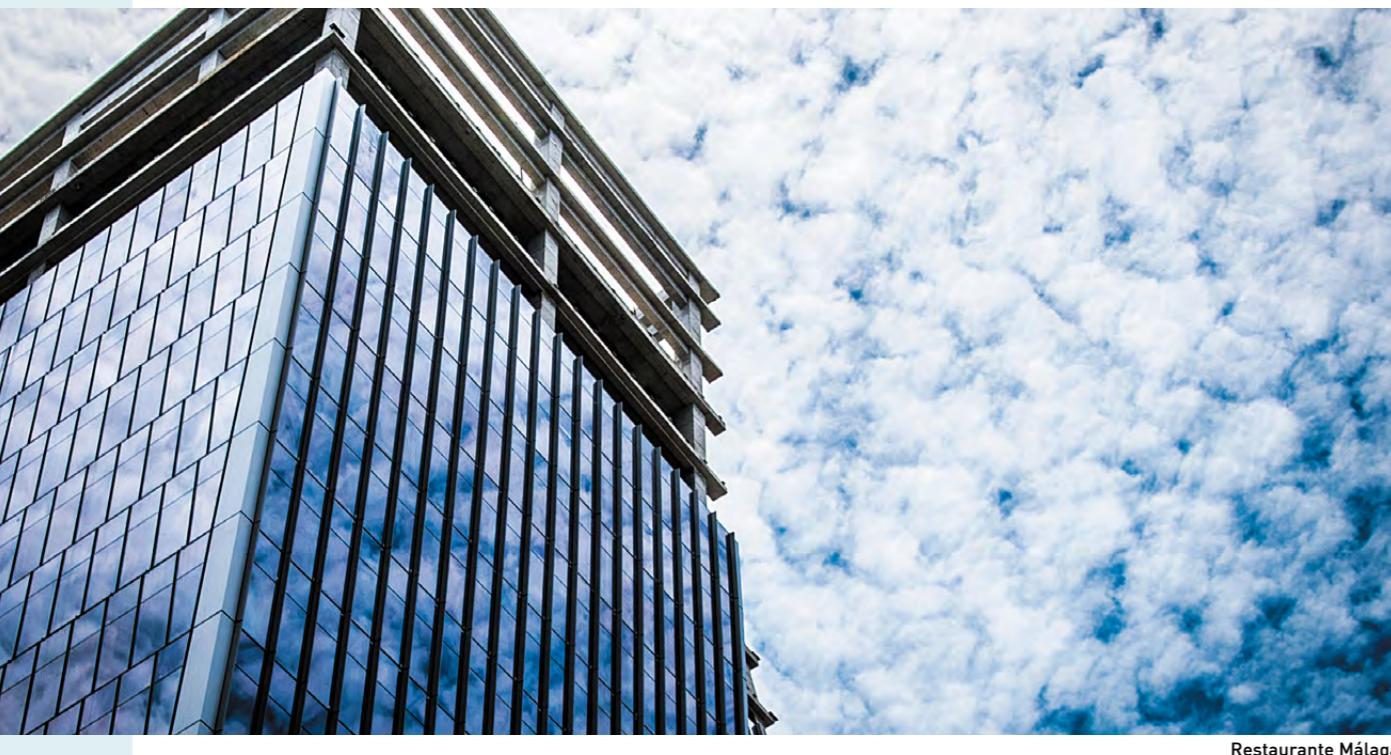
Com o intuito de organizar, validar e, principalmente, complementar as informações coletadas na pesquisa, foi necessário classificar o grupo de respondentes formado pelos estrangeiros, independentemente de serem visitantes, turistas ou cruzeiristas.

Este capítulo à parte na pesquisa retrata, portanto, a ótica dos estrangeiros, originários de vários países, em especial quanto à sua percepção sobre o turismo na Região Portuária e impressões sobre a revitalização da região, uma vez que se trata de sua primeira visita neste local.

Entrevistados estrangeiros		
Opção	Quantidade	%
 Turistas	25	21,6 %
 Cruzeiristas	91	78,4 %
 Visitantes	0	0,0 %
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100 %</b>

O grupo formado pelos estrangeiros na pesquisa é composto por 116 entrevistados, divididos entre 91 cruzeiristas e 25 turistas. Não foram identificados visitantes estrangeiros nesta pesquisa.

Reitera-se que não houve critério para escolha da amostra, sendo ela aleatória nos períodos de levantamento dos dados.



## ONDE MORAM

Sendo estrangeiros, vale destacar de onde vieram os turistas e cruzeiristas entrevistados.

Predomina nesta primeira relação as localidades citadas pelo menos três vezes pelos estrangeiros, tendo destaque destinos da América do Norte (Estados Unidos e Canadá), também da América do Sul (Lima, Chile e Paraguai) e ainda Europa e África.

Se não mora no Rio de Janeiro, mora em:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Miami (EUA)	10	8,6%	8,6%
Buenos Aires (Argentina)	7	6,0%	6,0%
África do Sul (África)	6	5,1%	5,1%
Canadá	6	5,1%	5,1%
Texas (EUA)	6	5,1%	5,1%
França	5	4,3%	4,3%
Lima (Peru)	5	4,3%	4,3%
Londres (Inglaterra)	5	4,3%	4,3%
Chile	4	3,4%	3,4%
Colorado (EUA)	4	3,4%	3,4%
Flórida (EUA)	4	3,4%	3,4%
Inglaterra	4	3,4%	3,4%
Assunção (Paraguai)	3	2,6%	2,6%
Benfica (Portugal)	3	2,6%	2,6%
Mendoza (Argentina)	3	2,6%	2,6%
Montreal (Canadá)	3	2,6%	2,6%
Nova Iorque	3	2,6%	2,6%
Brooklyn (EUA)	2	1,7%	1,7%
Chicago (EUA)	2	1,7%	1,7%
Irlanda	2	1,7%	1,7%

\* Importante destacar que, em alguns casos, durante a coleta de dados o respondente não cita sua cidade e, sim, sua localidade, podendo ser bairro, cidade, estado ou país de onde vem.

Outras localidades também foram mencionadas:

Se não mora no Rio de Janeiro, mora em:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Lisboa (Portugal)	2	1,7%	1,7%
Melbourne (Austrália)	2	1,7%	1,7%
Quito (Equador)	2	1,7%	1,7%
Santiago (Chile)	2	1,7%	1,7%
Toronto (Canadá)	2	1,7%	1,7%
Washington (EUA)	2	1,7%	1,7%

E ainda:

Se não mora no Rio de Janeiro, mora em:			
Opção	Qtd	%	% Ac.
Alemanha	1	0,9%	85,6%
Assunção (Paraguai)	1	0,9%	86,5%
Austrália	1	0,9%	87,4%
Berlim (Alemanha)	1	0,9%	88,3%
Cali (Colômbia)	1	0,9%	89,2%
Filadéfia (EUA)	1	0,9%	90,1%
Houston (EUA)	1	0,9%	91,0%
La Paz (Bolívia)	1	0,9%	91,9%
La Sienna (Argentina)	1	0,9%	92,8%
Manchester (Inglaterra)	1	0,9%	93,7%
Mar del Plata (Argentina)	1	0,9%	94,6%
Michigan (EUA)	1	0,9%	95,5%
Montevidéu (Uruguai)	1	0,9%	96,4%
Porto (Portugal)	1	0,9%	97,3%
Quebec (Canadá)	1	0,9%	98,2%
Seattle (EUA)	1	0,9%	99,1%
Utah (EUA)	1	0,9%	100,0%

#### Observação:

Um fator importante a ser destacado é que, em muitos casos, o estrangeiro veio em grupos, já que 78,4% são cruzeiristas. Deste modo, tal situação evidencia determinados locais citados com maior incidência pelos entrevistados.

#### VEZES QUE VISITARAM

Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Sim	774	74,9%	74,9%
Não. Já visitei depois de iniciado o projeto "Porto Maravilha"	190	18,4%	93,3%
Conhecia, mas antes do projeto "Porto Maravilha"	70	6,7%	100%
<b>Total</b>	<b>1034</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>80</b>	<b>7,2%</b>	

Vale destacar que **todos** os respondentes afirmaram ser a primeira vez que visitaram ou conheciam a Região Portuária.

#### MOTIVO DA VIAGEM

Sendo turista, qual é o motivo desta viagem?			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Lazer e turismo	25	96,2%	96,2%
Participação em eventos	1	3,8%	100,0%

**Lazer e turismo** surgem como um dos principais **motivos da viagem**, havendo um único entrevistado que mencionou ter vindo para participar de **evento**.

\* Nesta questão, o entrevistado poderia assinalar mais de uma opção.

#### O QUE VEM À MENTE DO ENTREVISTADO?

Uma das informações que a pesquisa buscou foi em relação ao que vem à **mente do entrevistado**, de forma espontânea, quando ouve a expressão "**Região Portuária**". **MUSEU DO AMANHÃ** foi o termo mais citado pelos estrangeiros respondentes (16,4%), seguido por **BONITO** (13,8%) e **BELEZA** (12,9%).

Opção	Qtd	%	% Ac.	Opção	Qtd	%	% Ac.
<b>Museu do Amanhã</b>	<b>19</b>	<b>16,4%</b>	<b>16,4%</b>	<b>Carnaval</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>82,9%</b>
<b>Bonito</b>	<b>16</b>	<b>13,8%</b>	<b>30,2%</b>	<b>Centro Cultural</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>83,8%</b>
<b>Beleza</b>	<b>15</b>	<b>12,9%</b>	<b>43,1%</b>	<b>Cidade Olímpica</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>84,7%</b>
<b>Cultura</b>	<b>11</b>	<b>9,4%</b>	<b>52,5%</b>	<b>Cultura Carioca</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>85,6%</b>
<b>Lindo</b>	<b>4</b>	<b>3,4%</b>	<b>55,9%</b>	<b>Cultura e Arte</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>86,5%</b>
<b>Maravilha</b>	<b>4</b>	<b>3,4%</b>	<b>59,3%</b>	<b>Estivadores</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>87,4%</b>
<b>Reconstrução</b>	<b>4</b>	<b>3,4%</b>	<b>62,7%</b>	<b>Historia do Rio</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>88,3%</b>
<b>Belo</b>	<b>3</b>	<b>2,5%</b>	<b>65,2%</b>	<b>Lugar de Visitação</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>89,2%</b>
<b>Navio</b>	<b>3</b>	<b>2,5%</b>	<b>67,7%</b>	<b>Nova Arquitetura</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>90,1%</b>
<b>Organização</b>	<b>3</b>	<b>2,5%</b>	<b>70,2%</b>	<b>Olimpiadas 2016</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>91,0%</b>
<b>Cais</b>	<b>2</b>	<b>1,6%</b>	<b>71,8%</b>	<b>Parada de Carnaval</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>91,9%</b>
<b>Modernidade</b>	<b>2</b>	<b>1,6%</b>	<b>73,4%</b>	<b>Paraiso</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>92,8%</b>
<b>Museu</b>	<b>2</b>	<b>1,6%</b>	<b>75,0%</b>	<b>Porto</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>93,7%</b>
<b>Revitalização</b>	<b>2</b>	<b>1,6%</b>	<b>76,6%</b>	<b>Renovação</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>94,6%</b>
<b>Alegria</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>77,5%</b>	<b>Reviver</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>95,5%</b>
<b>Animação</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>78,4%</b>	<b>Rio de Verdade</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>96,4%</b>
<b>Arte</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>79,3%</b>	<b>Saudade Antiga</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>97,3%</b>
<b>Beleza do Museu</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>80,2%</b>	<b>Tranquilidade</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>98,2%</b>
<b>Beleza do Rio</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>81,1%</b>	<b>Transatlântico</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>99,1%</b>
<b>Beleza Urbana</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>82,0%</b>	<b>Turismo</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>100,0%</b>
			<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
			<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		

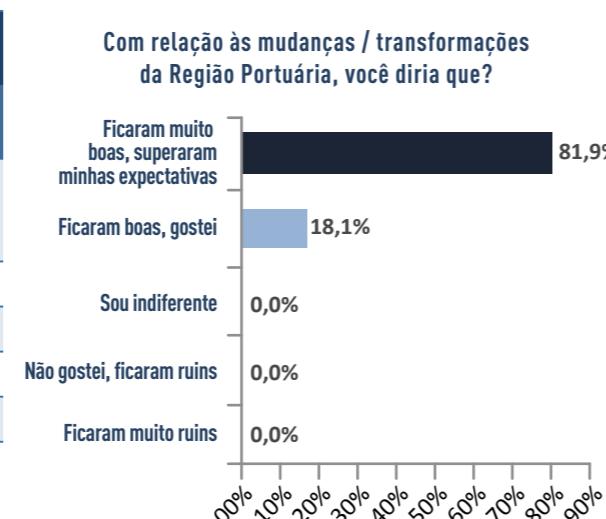
As expressões **BELEZA**, **CULTURA** e **RECONSTRUÇÃO** também foram citadas de maneira espontânea pelos estrangeiros causando uma boa imagem do que representa a Região Portuária.

Interessante observar que este público associou à Região Portuária muitas **expressões de qualidade**, como **LINDO**, **BELO**, **ORGANIZADO/ORGANIZAÇÃO**, **REVITALIZADO/REVITALIZAÇÃO** entre outros, mostrando **valorização do local**.

#### TRANSFORMAÇÕES NA REGIÃO PORTUÁRIA

Em cada dez entrevistados, oito opinaram que as **mudanças ou transformações** da Região Portuária ficaram **muito boas, superaram suas expectativas**.

Com relação às mudanças / transformações da Região Portuária, você diria que?				
Opção	Qtd	%	% Acumulado	
<b>Ficaram muito boas, superaram minhas expectativas</b>	<b>95</b>	<b>81,9%</b>	<b>81,9%</b>	
<b>Ficaram boas, gostei</b>	<b>21</b>	<b>18,1%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Sou indiferente</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Não gostei, ficaram ruins</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Ficaram muito ruins</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100%</b>	
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		



- Houve ainda quem dissesse que ficaram **boas** e que **gostou** (18,1%).

#### ATRATIVOS QUE MAIS GOSTARAM

Assim como na pesquisa junto aos brasileiros, a abordagem solicitou aos estrangeiros que **citassem três atrativos e pontos turísticos** que mais gostaram.

A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais agradaram ou chamaram sua atenção:				
Opção	Qtd	%	% Acumulado	
<b>Museu do Amanhã</b>	<b>110</b>	<b>46,20%</b>	<b>46,2%</b>	
<b>MAR - Museu de Arte do Rio</b>	<b>75</b>	<b>31,50%</b>	<b>77,7%</b>	
<b>Píer</b>	<b>29</b>	<b>12,20%</b>	<b>89,9%</b>	
<b>Pedra do Sal</b>	<b>15</b>	<b>6,30%</b>	<b>96,2%</b>	
<b>Praça Mauá</b>	<b>3</b>	<b>1,30%</b>	<b>97,5%</b>	
<b>Cais</b>	<b>3</b>	<b>1,30%</b>	<b>98,8%</b>	
<b>AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro</b>	<b>2</b>	<b>0,80%</b>	<b>99,6%</b>	
<b>Porto</b>	<b>1</b>	<b>0,40%</b>	<b>100,0%</b>	



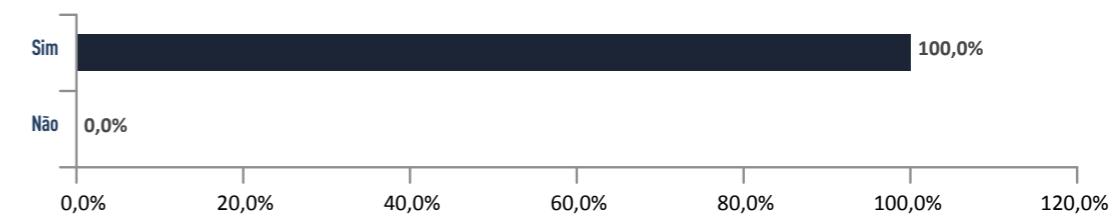
Novamente o **MUSEU DO AMANHÃ** teve destaque, junto ao **MAR - MUSEU DE ARTE DO RIO** e ao **PÍER**.

#### INDICAÇÃO

A partir desta visitação/experiência na Região Portuária, você indicaria para familiares, amigos e conhecidos?				
Opção	Qtd	%	% Acumulado	
<b>Sim</b>	<b>114</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Não</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100%</b>	
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>2</b>	<b>1,7%</b>		

É unânime a **satisfação pela Região Portuária**, quando os entrevistados se **indicariam o local para visitação de familiares, amigos e conhecidos**, ratificada com os **100%** de afirmativas.

#### A partir desta visitação/experiência na Região Portuária, você indicaria para familiares, amigos e conhecidos?

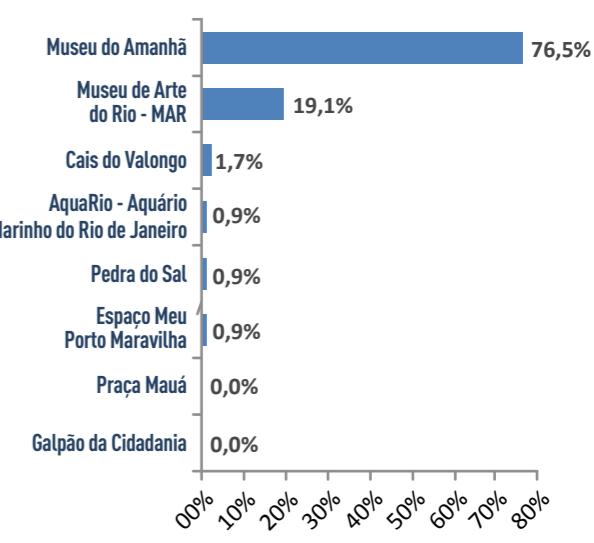


#### O QUE NÃO PODE DEIXAR DE SER VISITADO

Ao se pronunciarem quanto ao **atrativo ou ponto turístico que não poderia deixar de ser visitado**, o **MUSEU DO AMANHÃ** é o mais citado por 76,5% dos entrevistados.

Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:				
Opção	Qtd	%	% Acumulado	
<b>Museu do Amanhã</b>	<b>88</b>	<b>76,5%</b>	<b>76,5%</b>	
<b>MAR - Museu de Arte do Rio</b>	<b>22</b>	<b>19,1%</b>	<b>95,6%</b>	
<b>Cais do Valongo</b>	<b>2</b>	<b>1,7%</b>	<b>97,3%</b>	
<b>AquaRio - Aquário Marinho do Rio de Janeiro</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>98,2%</b>	
<b>Pedra do Sal</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>99,1%</b>	
<b>Espaço Meu Porto Maravilha</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Praça Mauá</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Galpão da Cidadania</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>		

#### Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado:



O **MAR - MUSEU DE ARTE DO RIO** vem em segundo momento (19,1%); outros pontos como o **CAIS DO VALONGO**, a **PEDRA DO SAL** e o **ESPAÇO MEU PORTO MARAVILHA** também são lembrados.

#### DESTAQUE:

Nota-se que nenhum estrangeiro citou a Praça Mauá e o Galpão da Cidadania.

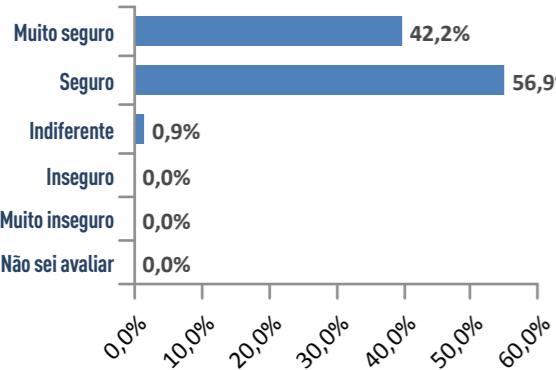
#### INFRAESTRUTURA

Com relação aos itens de **infraestrutura** da Região Portuária os estrangeiros opinaram sobre **segurança, acessibilidade, atendimento dos estabelecimentos de alimentação, do comércio, dos empreendimentos culturais e de lazer, se buscaram informações e como classificam os postos de informação** e o que acham da **limpeza pública, do estacionamento, da facilidade de acesso** e da área de convivência.

#### SEGURANÇA

Quase todos os estrangeiros viram a segurança local com “bons olhos”: 99,1%, somados, afirmaram que se sentiram **seguros e muito seguros** (56,9% e 42,2%, respectivamente)

##### Quanto à SEGURANÇA LOCAL, você se sente:



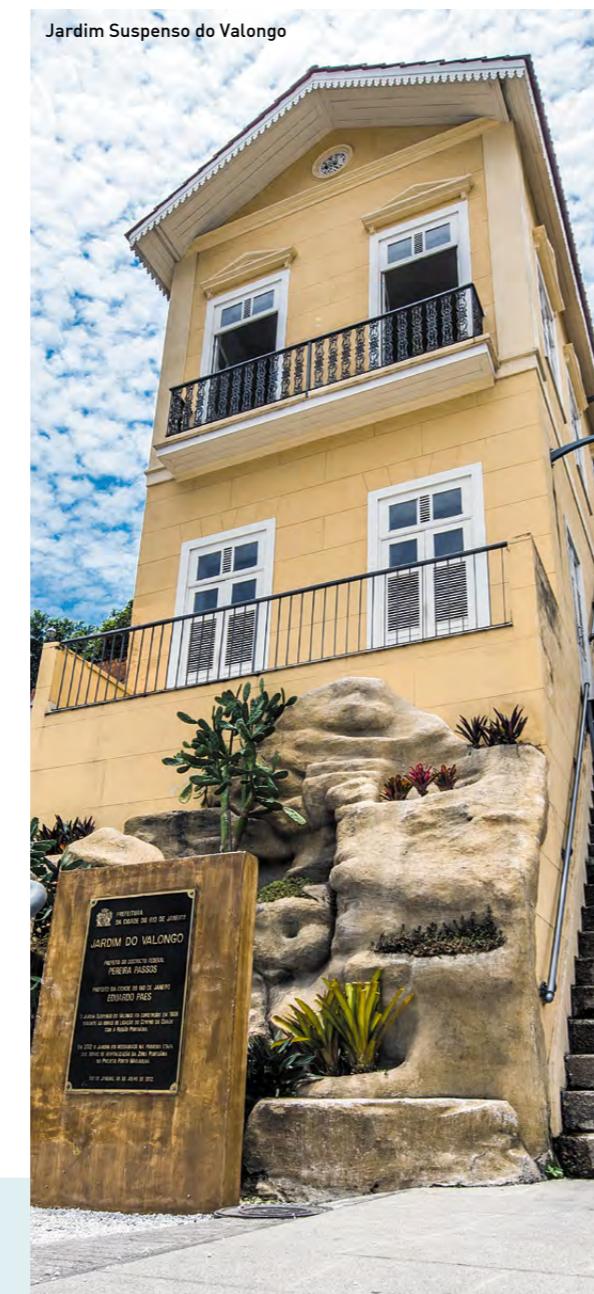
##### Quanto à SEGURANÇA LOCAL, você se sente:

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Muito seguro	49	42,2%	42,2%
Seguro	66	56,9%	99,1%
Indiferente	1	0,9%	100,0%
Inseguro	0	0,0%	100,0%
Muito inseguro	0	0,0%	100,0%
Não sei avaliar	0	0,0%	100,0%
Total	116	100%	
Em branco	0	0,0%	

#### ACESSIBILIDADE

Dos estrangeiros que ficaram satisfeitos com o **acesso para deficientes e idosos** (72,5%, somados), 50,9% disseram ter ficado **muito bom** e 21,6% o julgaram **excelente**.

##### Quanto à ACESSIBILIDADE para deficientes e idosos, o que achou?



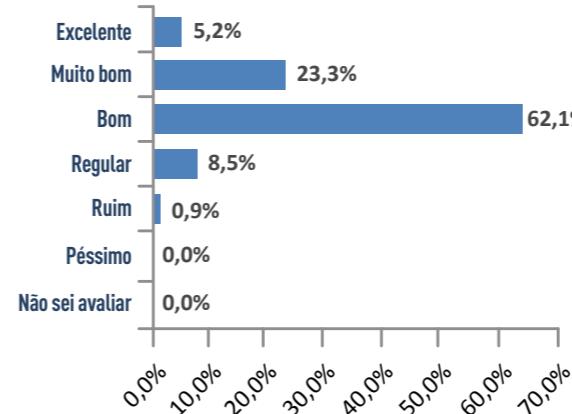
##### Quanto à ACESSIBILIDADE para deficientes e idosos, o que achou?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente, ficou totalmente acessível	25	21,6%	21,6%
Ficou muito bom, a acessibilidade foi facilitada	59	50,9%	72,5%
Não percebi	14	12,1%	84,6%
Ruim, precisa melhorar	2	1,6%	86,2%
Muito ruim, são necessárias melhorias significativas	0	0,0%	86,2%
Não sei avaliar	16	13,8%	100%
Total	116	100%	
Em branco	0	0,0%	

#### ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR

Com relação ao atendimento nos **estabelecimentos de alimentação**, o conceito **bom** predomina (62,1%), seguido de **muito bom** (23,3%). Neste quesito surge o conceito **regular** (8,5%).

##### Quanto ao atendimento dos ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO, você julga:



##### Quanto ao atendimento dos ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO, você julga:

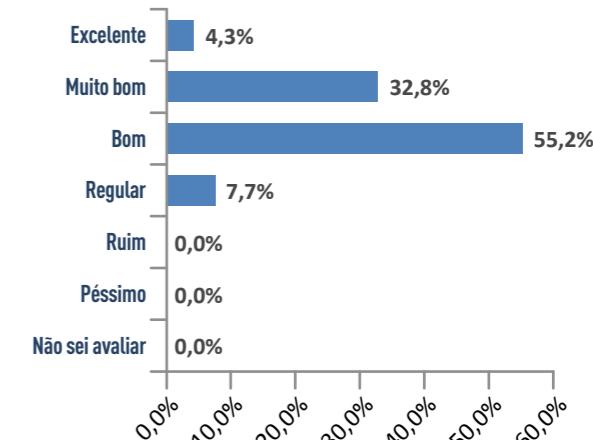
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente	6	5,2%	5,2%
Muito bom	27	23,3%	28,5%
Bom	72	62,1%	90,6%
Regular	10	8,5%	99,1%
Ruim	1	0,9%	100,0%
Pessíssimo	0	0,0%	100,0%
Não sei avaliar	0	0,0%	100%
Total	116	100%	
Em branco	0	0,0%	

#### COMÉRCIO DA REGIÃO PORTUÁRIA

Quanto ao **atendimento do comércio**, o conceito **bom** (55,2%) também predomina em relação ao percentual dos que consideram **muito bom** (32,8%).

O conceito **regular** para o **comércio** surge em menor proporção que o quesito anterior, apontado por 7,7% dos estrangeiros.

##### Quanto ao atendimento do COMÉRCIO, você julga:



##### Quanto ao atendimento do COMÉRCIO, você julga:

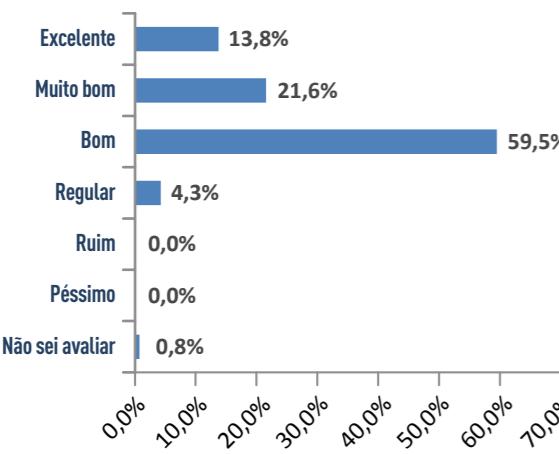
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente	5	4,3%	4,3%
Muito bom	38	32,8%	37,1%
Bom	64	55,2%	92,3%
Regular	9	7,7%	100,0%
Ruim	0	0,0%	100,0%
Pessíssimo	0	0,0%	100,0%
Não sei avaliar	0	0,0%	100%
Total	116	100%	
Em branco	0	0,0%	

#### EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER DA REGIÃO PORTUÁRIA

Os **empreendimentos culturais e de lazer** seguem a mesma tendência do segmento de alimentação e do comércio, prevalecendo o conceito **bom** (59,5%), seguido do **muito bom** (21,6%). Tem-se ainda aqueles que acharam **excelente** o atendimento e serviços prestados (13,8%).

Quanto ao atendimento dos EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER, você julga:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Excelente	16	13,8%	13,8%
Muito bom	25	21,6%	35,4%
Bom	69	59,5%	94,9%
Regular	5	4,3%	99,2%
Ruim	0	0,0%	99,2%
Péssimo	0	0,0%	99,2%
Não sei avaliar	1	0,8%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

Quanto ao atendimento dos EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E DE LAZER, você julga:



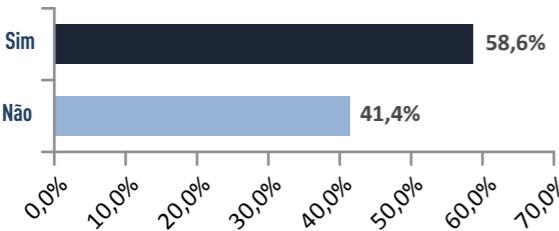
#### INFORMAÇÕES SOBRE A REGIÃO PORTUÁRIA

Alguma vez já precisou buscar informações sobre a Região Portuária?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Sim	68	58,6%	58,6%
Não	48	41,4%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	

Mais da metade dos entrevistados precisou buscar **informações** sobre a Região Portuária (58,6%).

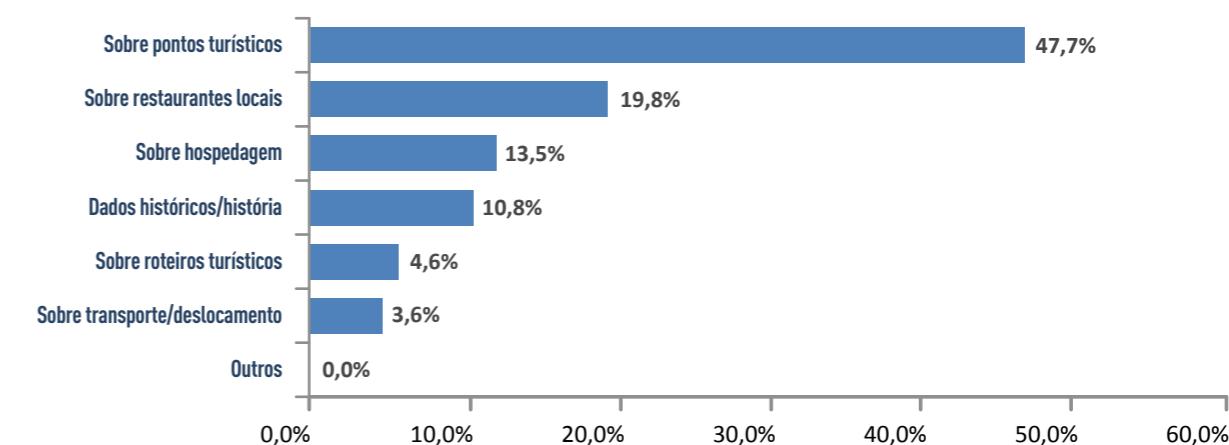
Alguma vez já precisou buscar informações sobre a Região Portuária?



Praça Mauá

Destas, as mais solicitadas foram os **pontos turísticos** (47,7%) e os **restaurantes locais** (19,8%).

Se já buscou informações sobre a Região Portuária, que tipo buscou?



Se já buscou informações sobre a Região Portuária, que tipo buscou?

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Pontos turísticos	53	47,7%	47,7%
Restaurantes locais	22	19,8%	67,5%
Hospedagem	15	13,5%	81,0%
Dados históricos/história	12	10,8%	91,8%
Roteiros turísticos	5	4,6%	96,4%
Transporte/deslocamento	4	3,6%	100,0%
Outros	0	0,0%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

\* O total de citações supera os 68 estrangeiros que disseram ter buscado informações, pois trata-se de pergunta de múltipla escolha.

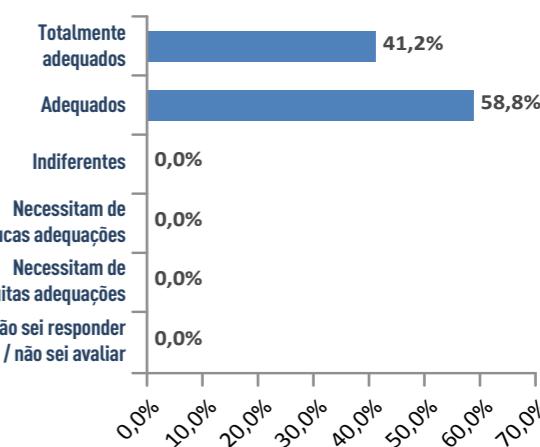
#### POSTOS DE INFORMAÇÕES

Cerca de 59% classificam os **postos de informações** como **adequados**, e 41,2% **totalmente adequados**.

Como classifica os POSTOS DE INFORMAÇÕES (material de divulgação, mapas e guias)

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Totalmente adequados	28	41,2%	41,2%
Adequados	40	58,8%	100,0%
Indiferentes	0	0,0%	100,0%
Necessitam de poucas adequações	0	0,0%	100,0%
Necessitam de muitas adequações	0	0,0%	100,0%
Não sei responder / não sei avaliar	0	0,0%	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>48</b>	<b>41,4%</b>	

Como classifica os POSTOS DE INFORMAÇÕES (material de divulgação, mapas e guias)

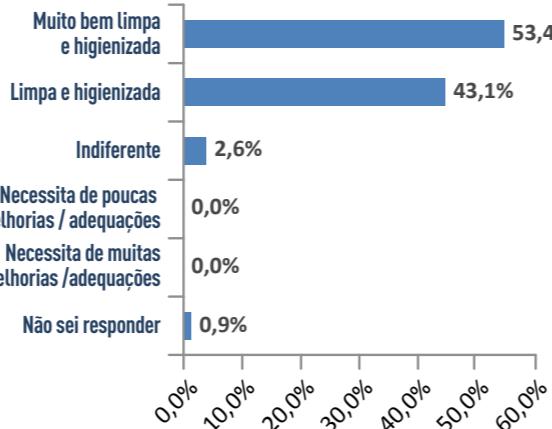


## LIMPEZA PÚBLICA DA REGIÃO PORTUÁRIA

Quanto à **limpeza pública** dos ambientes, atrativos, ruas e praças da Região Portuária e entorno, 53,4% consideram **muito bem limpa e higienizada** e, ainda, 43,1% mencionaram ser **limpa e higienizada**.

Classifique a LIMPEZA PÚBLICA da Região Portuária e seu entorno (ambientes, atrativos, ruas e praças)				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Muito bem limpa e higienizada	62	53,4%	53,4%	
Limpa e higienizada	50	43,1%	96,5%	
Indiferente	3	2,6%	99,1%	
Necessita de poucas melhorias / adequações	0	0,0%	99,1%	
Necessita de muitas melhorias / adequações	0	0,0%	99,1%	
Não sei responder	1	0,9%	100%	
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		

## Classifique a LIMPEZA PÚBLICA da Região Portuária e seu entorno (ambientes, atrativos, ruas e praças)



## DESTAQUE:

- Nenhum entrevistado estrangeiro manifestou estar insatisfeito com relação à limpeza pública da Região Portuária.

## ESTACIONAMENTO

As respostas foram bem distribuídas quanto ao **estacionamento** da região, mas vale destacar que os 22,6% dos entrevistados que afirmaram que ele **atende totalmente às necessidades**, com os 20% dos estrangeiros que citam que **atende às necessidades**, somados, compõem a maioria dos respondentes (42,6%).

O que acha do ESTACIONAMENTO (vagas, condições de acomodação dos veículos, segurança) local?				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Atende totalmente às necessidades	26	22,6%	22,6%	
Atende às necessidades	23	20,0%	42,6%	
Indiferente	11	9,6%	52,2%	
Necessita de poucas melhorias / adequações	9	7,8%	60,0%	
Necessita de muitas melhorias / adequações	3	2,6%	62,6%	
Não sei responder / não utilizei	43	37,4%	100%	
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>		

## O que acha do ESTACIONAMENTO (vagas, condições de acomodação dos veículos, segurança) local?

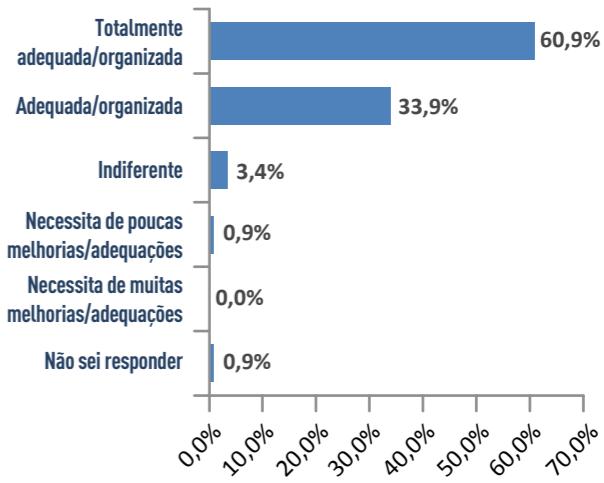


## FACILIDADE DE ACESSO

A **facilidade de acesso** foi considerada **totalmente adequada/organizada** por 60,9% dos estrangeiros e **adequada/organizada** por 33,9%.

Quanto à FACILIDADE DE ACESSO à Região Portuária – Praça Mauá e entorno (trânsito, sinalização turística), você julga:				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Totalmente adequada/organizada	70	60,9%	60,9%	
Adequada/organizada	39	33,9%	94,8%	
Indiferente	4	3,4%	98,2%	
Necessita de poucas melhorias/adequações	1	0,9%	99,1%	
Necessita de muitas melhorias/adequações	0	0,0%	99,1%	
Não sei responder	1	0,9%	100%	
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>		

## Quanto à FACILIDADE DE ACESSO à Região Portuária – Praça Mauá e entorno (trânsito, sinalização turística), você julga:



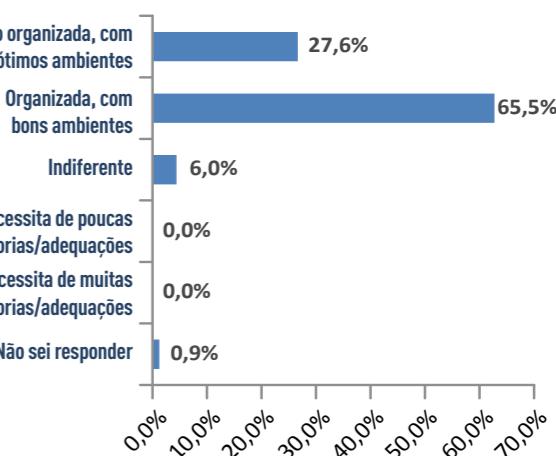
## ÁREA DE CONVIVÊNCIA

A área de convivência foi classificada por 65,5% como **organizada, com bons ambientes**.

E ainda, 27,6% asseguram que este espaço está **muito organizado, com ótimos ambientes**.

Para você, a ÁREA DE CONVIVÊNCIA (jardins, arborização, vias, passeios, bancos) é:				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Muito organizada, com ótimos ambientes	32	27,6%	27,6%	
Organizada, com bons ambientes	76	65,5%	93,1%	
Indiferente	7	6,0%	99,1%	
Necessita de poucas melhorias/adequações	0	0,0%	99,1%	
Necessita de muitas melhorias/adequações	0	0,0%	99,1%	
Não sei responder	1	0,9%	100%	
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		

## Para você, a ÁREA DE CONVIVÊNCIA (jardins, arborização, vias, passeios, bancos) é:



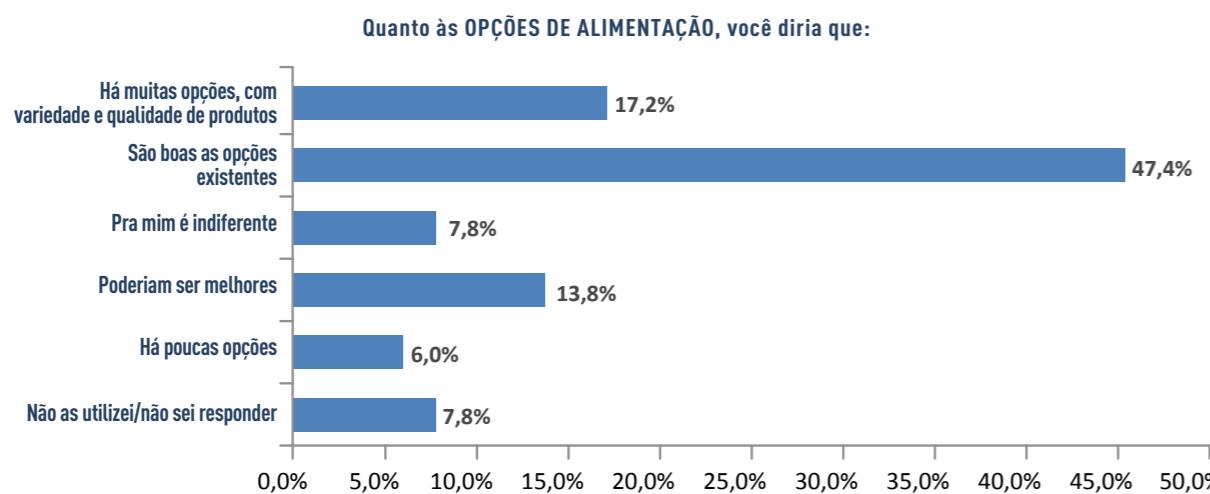
## EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

### OPÇÕES DE ALIMENTAÇÃO

Opção	Qtd	%	% Acumulado	
Há muitas opções, com variedade e qualidade de produtos	20	17,2%	17,2%	
São boas as opções existentes	55	47,4%	64,6%	
Pra mim é indiferente	9	7,8%	72,4%	
Poderiam ser melhores	16	13,8%	86,2%	
Há poucas opções	7	6,0%	92,2%	
Não as utilizei/não sei responder	9	7,8%	100%	
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		

A **alimentação** na Região Portuária é o item de infraestrutura que recebe contribuições variadas, sendo o conceito mais significante apontado é o de que são **boas** as opções existentes, com 47,4% das citações.

Dentre os entrevistados, 17,2% entendem que há muitas opções, com variedade e qualidade de produtos.



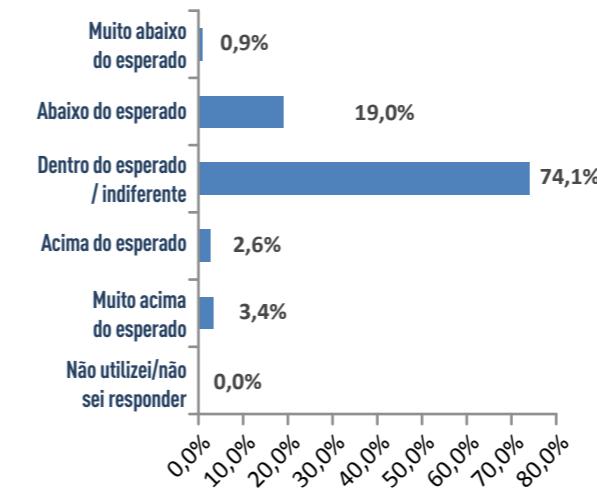
Vale ressaltar que 13,8% disseram que as opções **poderiam ser melhores**, outros 6% atestaram que há **poucas opções** e houve ainda 7,8% que **não utilizaram ou não souberam responder**.

### PREÇOS PRATICADOS

Quanto aos preços praticados pelos **equipamentos turísticos locais** (alimentação, comércio e empreendimentos culturais e de lazer), prevalece o conceito **dentro do esperado/indiferente**.

Preços praticados - ALIMENTAÇÃO				
Opção	Qtd	%	% Acumulado	
Muito abaixo do esperado	1	0,9%	0,9%	
Abaixo do esperado	22	19,0%	19,9%	
Dentro do esperado / indiferente	86	74,1%	94,0%	
Acima do esperado	3	2,6%	96,6%	
Muito acima do esperado	4	3,4%	100,0%	
<b>Não utilizei/não sei responder</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100%</b>	
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		

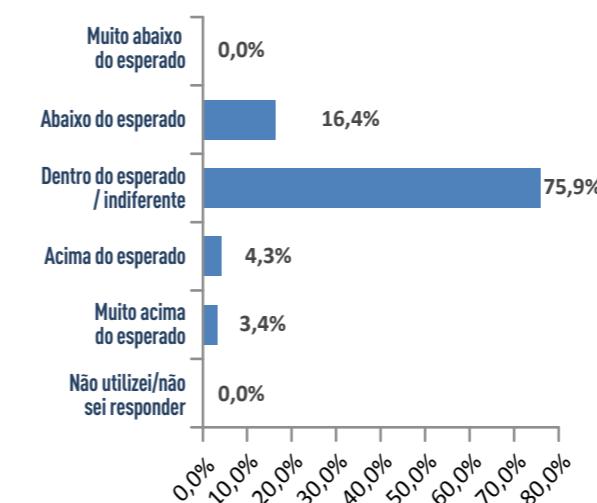
### Preços praticados - ALIMENTAÇÃO



### Preços praticados - COMÉRCIO

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Muito abaixo do esperado	0	0,0%	0,0%
Abaixo do esperado	19	16,4%	16,4%
Dentro do esperado / indiferente	88	75,9%	92,3%
Acima do esperado	5	4,3%	96,6%
Muito acima do esperado	4	3,4%	100,0%
<b>Não utilizei/não sei responder</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

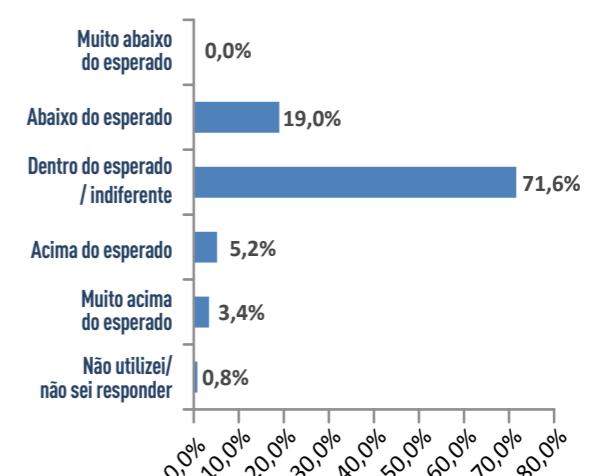
### Preços praticados - COMÉRCIO



### Preços praticados - EMPREENDIMENTO CULTURAL E DE LAZER

Opção	Qtd	%	% Acumulado
Muito abaixo do esperado	0	0,0%	0,0%
Abaixo do esperado	22	19,0%	19,0%
Dentro do esperado / indiferente	83	71,6%	90,6%
Acima do esperado	6	5,2%	95,8%
Muito acima do esperado	4	3,4%	99,2%
<b>Não utilizei/não sei responder</b>	<b>1</b>	<b>0,8%</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

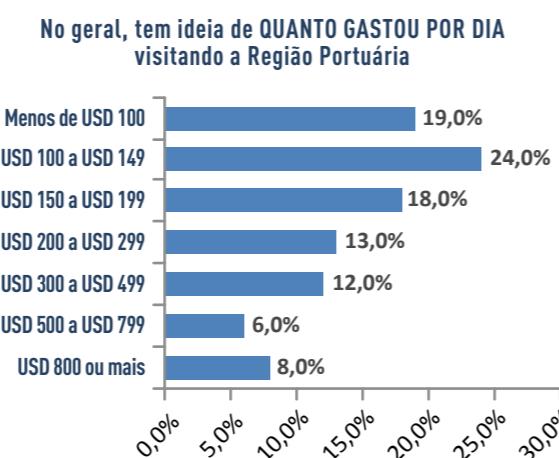
### Preços praticados - EMPREENDIMENTO CULTURAL E DE LAZER



## GASTO MÉDIO DIÁRIO

Quanto às médias de **gastos diários**, 24% dos estrangeiros tiveram despesas entre US\$ 100 e US\$ 149; houve ainda quem disse ter gasto menos de US\$ 100 (19%).

No geral, tem ideia de QUANTO GASTOU POR DIA visitando a Região Portuária				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Menos de US\$ 100	19	19,0%	19,0%	
De US\$ 100 a US\$ 149	24	24,0%	43,0%	
De US\$ 150 a US\$ 199	18	18,0%	61,0%	
De US\$ 200 a US\$ 299	13	13,0%	74,0%	
De US\$ 300 a US\$ 499	12	12,0%	86,0%	
De US\$ 500 a US\$ 799	6	6,0%	92,0%	
US\$ 800 ou mais	8	8,0%	100%	
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>16</b>	<b>13,8%</b>		
<b>Média de Gasto / Estrangeiros</b>			<b>R\$ 284,46</b>	



### DESTAQUE:

- 18% gastaram em média US\$ 150 a US\$ 199.
- Já 13% tiveram gastos médios entre US\$ 200 a US\$ 299.
- Houve quem gastasse US\$ 800 ou mais (8%).
- Se somados, 26% gastaram acima de US\$ 300.

### Entenda:

**Turistas agenciados** são aqueles que têm suas viagens, roteiros, passeios e visitas programados por operadoras e vendidos pelas agências de viagens. Ou seja, adquirem um produto pronto, mais em conta. Já os **turistas autoguiados** são aqueles que fazem suas próprias escolhas, sem intermediários. Ele pode até adquirir os *vouchers* de passagens e hospedagem e tíquetes dos atrativos em uma agência de viagens, mas quem define o período, as categorias e datas e traça o roteiro a ser seguido é o próprio turista e, por isso, seus gastos são mais elevados, já que o produto adquirido se torna exclusivo, feito sob medida para ele.

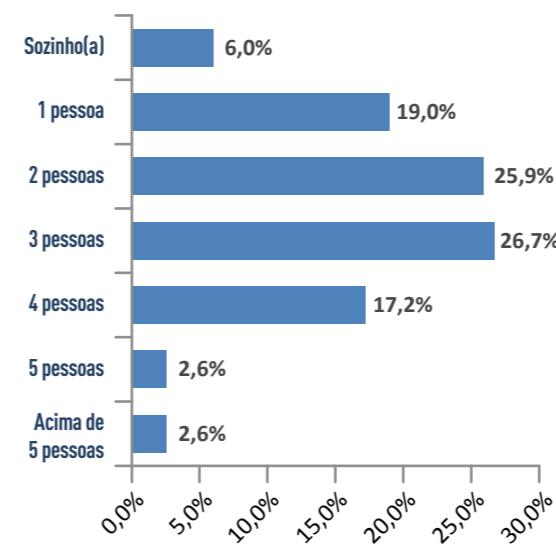
## COM QUANTAS PESSOAS FORAM À REGIÃO PORTUÁRIA

Quantas pessoas vieram com você?				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Sozinho(a)	7	6,0%	6,0%	
1 pessoa	22	19,0%	25,0%	
2 pessoas	30	25,9%	50,9%	
3 pessoas	31	26,7%	77,6%	
4 pessoas	20	17,2%	94,8%	
5 pessoas	3	2,6%	97,4%	
Acima de 5 pessoas	3	2,6%	100%	
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>		
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>		

A maioria dos **estrangeiros** foi à Região Portuária acompanhada **de pelo menos três pessoas** (26,7%); pouco mais de um quarto chegou à região com duas pessoas (25,9%).

Dentre os entrevistados, 19% foram acompanhados por uma pessoa.

### Quantas pessoas vieram com você?



## COMO CHEGARAM À REGIÃO PORTUÁRIA

Como veio para a Região Portuária?				
Opção	Qty	%	% Acumulado	
Em cruzeiro	91	78,4%	78,4%	
Por meio de agência/passeio contratado	24	20,7%	99,1%	
De táxi	1	0,9%	100,0%	

Grande parte dos **estrangeiros** 78,4% **chegou à Região Portuária** por intermédio de **cruzeiros** (78,4%). Os demais chegaram ao local **por meio de agência/passeio contratado** (20,7%) e houve ainda uma pessoa que foi de **táxi** (0,9%).

## COMO FICARAM SABENDO DA REGIÃO PORTUÁRIA

Os **estrangeiros** disseram que **ficaram sabendo da Região Portuária** principalmente pela **internet** (43,5%) e pela **televisão** (29,1%).



Como ficou sabendo da Região Portuária?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Internet	97	43,5%	43,5%
Televisão	65	29,1%	72,6%
Jornal/revistas	29	13,0%	85,6%
Indicação	28	12,6%	98,2%
Folheteria	3	1,3%	99,5%
Busdoor	1	0,5%	100,0%
Outdoor	0	0,0%	100,0%
Rádio	0	0,0%	100,0%
Outros	0	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>223</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	

A **indicação de terceiros, jornais/revistas e folheteria** também surgem como formas em que os turistas **estrangeiros** tomaram conhecimento da Região Portuária que, mesmo em menor proporção, também devem ser levados em consideração (respectivamente, 13%, 12,6% e 1,3%).

#### ROTEIRO TOUR DA EXPERIÊNCIA NO PORTO: UM 3X4 DA BRASILIDADE

É pequena a parcela de estrangeiros que disse saber sobre a existência do **roteiro Tour da Experiência no Porto: um 3x4 da Brasilidade** (6,1%).

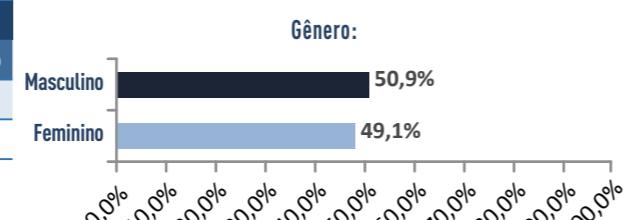
Tem conhecimento sobre o ROTEIRO TOUR DA EXPERIÊNCIA NO PORTO?			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Sim	7	6,1%	6,1%
Não	108	93,9%	100%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	



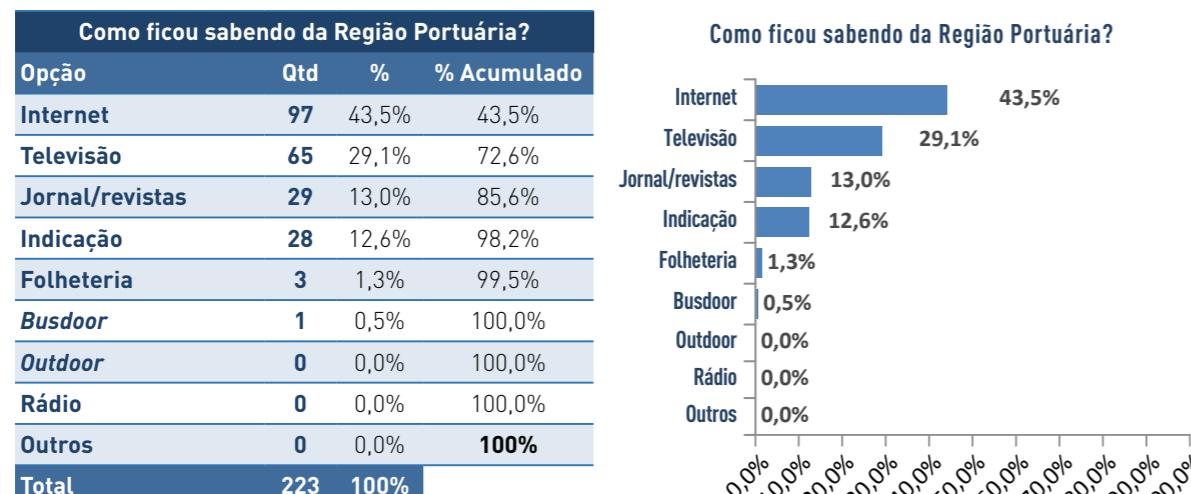
#### PERFIL DOS ENTREVISTADOS ESTRANGEIROS

Pouco mais da metade é do **gênero** masculino (50,9%).

Gênero:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Masculino	58	50,9%	50,9%
Feminino	56	49,1%	100%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>2</b>	<b>1,7%</b>	



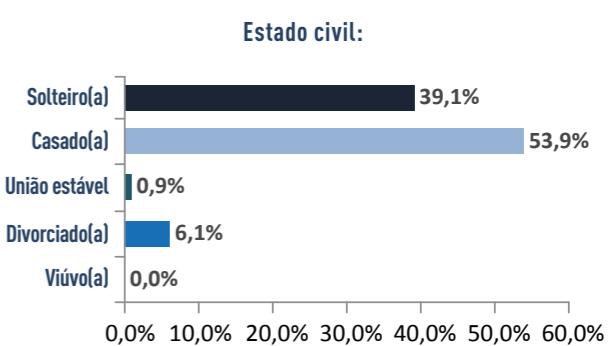
Quanto ao **estado civil**, prevalecem os **casados** (53,9%), seguidos de perto pelos **solteiros** (39,1%).



Estado civil:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Solteiro(a)	45	39,1%	39,1%
Casado(a)	62	53,9%	93,0%
União estável	1	0,9%	93,9%
Divorciado(a)	7	6,1%	100,0%
Viúvo(a)	0	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>1</b>	<b>0,9%</b>	

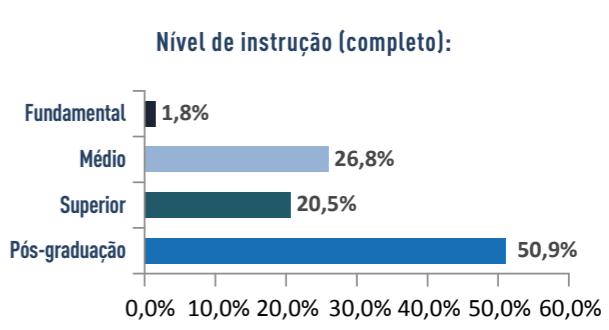
A principal **faixa etária** apurada na pesquisa está entre 20 e 39 anos, representando 52,6%, quando somados.

Faixa etária:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Menos de 20 anos	1	0,9%	0,9%
De 20 a 29 anos	29	25,0%	25,9%
De 30 a 39 anos	32	27,6%	53,5%
De 40 a 49 anos	26	22,4%	75,9%
De 50 a 59 anos	18	15,5%	91,4%
De 60 a 69 anos	6	5,2%	96,6%
70 anos ou mais	4	3,4%	100%
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	



Quanto ao **nível de instrução**, expressiva maioria dos respondentes tem pós-graduação (50,9%) e 20,5% possuem ensino superior completo.

Nível de instrução (completo):			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Fundamental	2	1,8%	1,8%
Médio	30	26,8%	28,6%
Superior	23	20,5%	49,1%
Pós-graduação	57	50,9%	100%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>4</b>	<b>3,4%</b>	



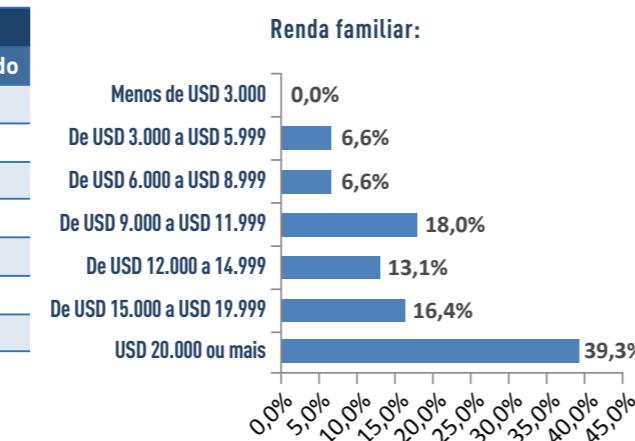
O **segmento profissional** mais apontado foi **funcionário de empresa privada** (20,8%), acompanhada de perto por **autônomos** e **servidores públicos** (18,9% cada) e **estudantes** (17,9%).

Profissão:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Funcionário de empresa privada	22	20,8%	20,8%
Autônomo/trabalha por conta própria	20	18,9%	39,7%
Funcionário público	20	18,9%	58,6%
Estudante	19	17,9%	76,5%
Aposentado(a)	9	8,5%	85,0%
Do lar	9	8,5%	93,5%
Empresário	7	6,5%	100,0%
Desempregado(a)	0	0,0%	100,0%
Outros	0	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>10</b>	<b>8,6%</b>	



A maioria dos **estrangeiros** abordados pela pesquisa (39,3%) tem renda familiar igual ou superior a US\$ 20 mil.

Renda familiar:			
Opção	Qty	%	% Acumulado
Menos de R\$ 3 mil	179	17,5%	17,5%
De R\$ 3 mil a R\$ 5.999	244	23,9%	41,4%
De R\$ 6 mil a R\$ 8.999	134	13,1%	54,5%
De R\$ 9 mil a R\$ 11.999	115	11,2%	65,7%
De R\$ 12 mil a 14.999	78	7,6%	73,3%
De R\$ 15 mil a R\$ 19.999	127	12,4%	85,7%
R\$ 20 mil ou mais	146	14,3%	100%
<b>Total</b>	<b>1023</b>	<b>100%</b>	
<b>Em branco</b>	<b>173</b>	<b>14,5%</b>	



No geral, os **estrangeiros** tiveram uma boa experiência na Região Portuária e também ótima impressão na qualidade do atendimento, considerando ainda a infraestrutura ideal para a recepção de **visitantes** e **turistas**.



## QUESTIONÁRIO

**PESQUISA DE PERCEPÇÃO – REGIÃO PORTUÁRIA** 

**1. Você é morador da cidade do Rio de Janeiro?**

a.  SIM, a1.  Moro na Região Portuária:  
b1.  Moro em outra região/bairro,  
b.  NÃO. Moro em [cidade]:

**1.1 Classificação:**  Turista  Visitante  Cruzeirista

**1.2 Não sendo morador da Região Portuária, é a primeira vez que você visita/conhece esta área do Rio de Janeiro?**

a.  SIM.  
b.  NÃO. Já visitei depois de iniciado o projeto "Porto Maravilha", pelo menos \_\_\_\_\_ [vezes].  
c.  Conhecia, mas antes do projeto "Porto Maravilha".

**1.2.1. Sendo turista, qual é o motivo desta viagem?**

a.  Lazer e turismo  
b.  Empresarial e de negócios  
c.  Interesse em atividades esportivas  
d.  Visitar amigos e parentes  
e.  Participação em eventos  
f.  Para tratar da saúde  
g.  Interesse religioso  
h.  Interesse cultural  
i.  Interesse nos aspectos ecológicos  
j.  Outros: \_\_\_\_\_

**1.3. Sendo morador da Região Portuária, você:**

a.  Já visitei os pontos turísticos/atrativos.  
b.  Já fui aos restaurantes da região.  
c.  Ainda não visitei os pontos turísticos/atrativos nem os restaurantes da região. **Quest. 12.**

**2. Quando eu falo de "Região Portuária", o que lhe vem à cabeça?**

**2.1. Com relação às mudanças/transformações da Região Portuária, você diria que?**

a.  Ficaram muito boas, superaram minhas expectativas.  
c.  Ficaram boas, gostei.  
d.  Sou indiferente.  
e.  Não gostei, ficaram ruins.  
f.  Ficaram muito ruins.

**3. A partir de sua visitação (experiência), cite os 3 principais atrativos/pontos turísticos que mais lhe agradaram ou chamaram sua atenção:**

a.  \_\_\_\_\_ b.  \_\_\_\_\_ c.  \_\_\_\_\_

**4. A partir desta visitação/experiência na Região Portuária, você indicaria para familiares, amigos e conhecidos?**

a.  Sim  
b.  Não, por quê? \_\_\_\_\_

**4.1 Cite um atrativo/ponto turístico que não pode deixar de ser visitado: \_\_\_\_\_ [uso do cartão]**

**5. Pensando nas características e na infraestrutura da Praça Mauá e entorno, conceitue alguns itens:**

**5.1. QUANTO À SEGURANÇA LOCAL, VOCÊ SE SENTE:**

a.  Muito seguro. b.  Seguro. c.  Indiferente.  
d.  Inseguro. e.  Muito inseguro. f.  Não sei avaliar.

**5.2. QUANTO À ACESSIBILIDADE PARA DEFICIENTES E IDOSOS, O QUE ACHOU?**

a.  Excelente; ficou totalmente acessível.  
b.  Ficou muito bom; a acessibilidade foi facilitada.  
c.  Não percebi.  
d.  Ruim; precisa melhorar.  
e.  Muito ruim; são necessárias melhorias significativas.  
d.  Não sei avaliar.

**5.3. QUANTO AO ATENDIMENTO NOS EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS, VOCÊ JULGA:**

CONCEITO	Meio de hospedagem	Alimentação	Comércio	Empreendimento Cultural e de Lazer
Excelente				
Muito bom				
Bom				
Regular				
Ruim				
Péssimo				
Não sei avaliar				

**5.4. Alguma vez já precisou buscar informações sobre a Região Portuária?** a.  Sim a.  Não

**5.4.1. Se sim, que tipo de informações buscou?**

a.  Sobre pontos turísticos.  
b.  Dados históricos/história.  
c.  Sobre hospedagem.  
d.  Sobre restaurantes locais.  
e.  Sobre roteiros turísticos.  
f.  Sobre transporte/deslocamento.  
g.  Outros: \_\_\_\_\_

**5.4.2. COMO CLASSIFICA OS POSTOS DE INFORMAÇÕES** (material de divulgação, mapas e guias)

a.  Totalmente adequados.  
b.  Adequados.  
c.  Indiferentes.  
d.  Necessitam de poucas adequações.  
e.  Necessitam de muitas adequações.  
f.  Não sei responder / não sei avaliar.

**5.5. CLASSIFIQUE A LIMPEZA PÚBLICA DA REGIÃO PORTUÁRIA E SEU ENTORNO** (ambientes, atrativos, ruas e praças):

a.  Muito bem limpa e higienizada.  
b.  Limpa e higienizada.  
c.  Indiferente.  
d.  Necessita de poucas melhorias / adequações.  
e.  Necessita de muitas melhorias / adequações.  
f.  Não sei responder.

**5.6. O QUE ACHA DO ESTACIONAMENTO** (vagas, condições de acomodação dos veículos, segurança) LOCAL?

a.  Atende totalmente às necessidades.  
b.  Atende às necessidades.  
c.  Indiferente.  
d.  Necessita de poucas melhorias / adequações.  
e.  Necessita de muitas melhorias / adequações.  
f.  Não sei responder / não utilizei

**PESQUISA DE PERCEPÇÃO – REGIÃO PORTUÁRIA** 

**5.7. QUANTO À FACILIDADE DE ACESSO À REGIÃO PORTUÁRIA – PRAÇA MAUÁ E ENTORNO** (trânsito, sinalização turística), VOCÊ JULGA:

a.  Totalmente adequada/organizada.  
b.  Adequada/organizada.  
c.  Indiferente.  
d.  Necessita de poucas melhorias/adequações.  
e.  Necessita de muitas melhorias/adequações.  
f.  Não sei responder.

**5.8. PARA VOCÊ, A ÁREA DE CONVIVÊNCIA** (jardins, arborização, vias, passeios, bancos) É:

a.  Muito organizada, com ótimos ambientes.  
b.  Organizada, com bons ambientes.  
c.  Indiferente.  
d.  Necessita de poucas melhorias/adequações.  
e.  Necessita de muitas melhorias/adequações.  
f.  Não sei responder.

**6. Quanto às opções de alimentação, você diria que:**

a.  Há muitas opções, com variedade e qualidade de produtos.  
b.  São boas as opções existentes.  
c.  Pra mim é indiferente.  
d.  Poderiam ser melhores.  
e.  Há poucas opções.  
f.  Não as utilizei/não sei responder.

**7. Com relação aos preços praticados nos ambientes da Região Portuária (atrativos, estabelecimentos comerciais, taxas e outros):**

VALORES PRATICADOS	Meio de hospedagem	Alimentação	Comércio	Empreendimento Cultural e de Lazer
Muito abaixo do esperado				
Abaixo do esperado				
Dentro do esperado/indiferente				
Acima do esperado				
Muito acima do esperado				
Não utilizei/não sei responder				

**8. No geral, tem ideia de quanto gastou por dia visitando a Região Portuária** (equipamentos, comércio, hospedagem, alimentação e atrativos)? R\$ \_\_\_\_\_

**9. Quantas pessoas vieram com você?** a.  \_\_\_\_\_ b.  Nenhuma

**10. NÃO SENDO MORADOR DA REGIÃO PORTUÁRIA**

**10.1. Como veio para a Região Portuária?**

a.  Em veículo próprio b.  De Metrô  
c.  De motocicleta d.  A pé  
e.  Em ônibus de linha f.  De táxi  
g.  Por meio de agência/passeio contratado h.  Em Cruzeiro  
i.  \_\_\_\_\_

**10.2. Como ficou sabendo da Região Portuária?**

a.  Indicação b.  Televisão c.  Outdoor  
d.  Internet e.  Jornal/revistas f.  Folheteria  
g.  Rádio h.  Busdoor i.  \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /2016 Hora: \_\_\_\_\_  
Ponto de fluxo: \_\_\_\_\_  
Pesquisador: \_\_\_\_\_

# FICHA TÉCNICA

## REALIZAÇÃO

Sebrae/RJ - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro  
Rua Santa Luzia, 685 – 6º 7º e 9º andares – Centro / Rio de Janeiro – RJ  
– CEP: 20030-041.

## ELABORAÇÃO

Besser Serviços de Consultoria e Gestão Empresarial Ltda.

## CONSULTORES

Alcyone Sampaio Correia  
Ana Paula Cunha de Oliveira  
Alex Sandro Oliveira  
Jarbas Modesto

## REVISÃO DE TEXTO

Kadma de Mesquita Duna

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Artur da Fonseca Silva

## FOTOS

Acervo do Sebrae/RJ



