



PESQUISA DA HOTELARIA OTAs

Os Meios de Hospedagem de Niterói - RJ,
de acordo com dados das OTAs - Online Travel Agencies



OBSERVATÓRIO
do **TURISMO**
NITERÓI

1. INTRODUÇÃO

Na área de turismo, os canais digitais passaram a representar o principal meio de comunicação e de venda para as empresas. As Online Travel Agencies (OTAs) como Booking, TripAdvisor, Hotel Urbano, entre outros, consolidaram o processo de vendas online dos serviços de viagens, induzindo as empresas a alterações estruturais nos seus processos de venda e de comunicação com os clientes. O entendimento da dinâmica dos mercados das atividades características de turismo passa necessariamente pela compreensão do posicionamento das empresas dos diversos setores nos meios digitais.

É com essa proposta que esta pesquisa tem como objetivo identificar o dimensionamento e o posicionamento dos meios de hospedagem do Município de Niterói a partir dos dados disponibilizados nos canais digitais, nomeadamente, nos sites das OTAs. Destaca-se que os dados são gerados tanto pelos usuários quanto pelas empresas. Niterói, antiga capital do estado do

Rio de Janeiro, destaca-se como um dos mais importantes municípios fluminenses, possuindo resultados expressivos em alguns índices socioeconômicos, como está entre os primeiros municípios nacionais com melhor posicionamento no Índice de Desenvolvimento Humano (IBGE, IDH, 2010). O município possui uma população estimada de 515.317 pessoas (IBGE, 2020) e fica a 13 quilômetros da cidade do Rio de Janeiro. De acordo com o Inventário de Oferta Turística do Rio de Janeiro (IOT-RIO, 2018), Niterói possui amplos meios de hospedagem (hotéis, pousadas, hostels, flats, entre outros) e bairros diversificados em ofertas, com museus, teatros, amplo setor de gastronomia e Região Oceânica, local das melhores praias do município. Nas seções a seguir, serão apresentados a metodologia utilizada para a realização deste trabalho, assim como os resultados obtidos na busca pelas informações dos meios de hospedagem do município de Niterói.

2- PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em um primeiro momento, a pesquisa consistiu em acessar os sites de reservas dos OTAs, selecionar “Niterói” como o destino pretendido, com objetivo de extrair todas as opções de meios de hospedagem disponíveis na plataforma para o município. Dessa forma, entre os dias 21 a 30 de julho de 2021, foi realizado um levantamento de todos os meios de hospedagem do município de Niterói disponíveis nos seguintes sites: Booking, TripAdvisor, Hoteis.com, Hurb. Nomes, número de Unidades Habitacionais (quando disponibilizado pelo site), leitos, classificação e tipo de empreendimento foram retirados dos sites e organizados em uma planilha Microsoft Excel 2010. Após esse primeiro momento, também foi adicionado à pesquisa o site Decolar. Foram coletadas informações sobre a distribuição dos meios de hospedagem por bairro, avaliação dos hóspedes e diária média. Depois, no dia primeiro de setembro de 2021 foi verificada a diária média dos meios de hospedagem. Apesar da primeira etapa ter sido de coleta de todos os meios de hos-

pedagem de Niterói, neste relatório foram consideradas apenas hotéis, pousadas e hostels. Foi obtida a diária mínima e diária máxima de cada empreendimento em relação à primeira terça-feira do mês (dia 7 ao dia 8 de setembro) e diária mínima e diária máxima em relação ao segundo sábado do mês (dia 10 ao dia 11). Foi escolhido o destino Niterói e colocado 1 viajante. Importante ressaltar que o único site que não foi incluído na busca por diária média foi o TripAdvisor, visto que ele não é um site para fazer reservas. Em um terceiro momento, com o objetivo de comparar as avaliações dos hóspedes e a classificação dos meios de hospedagens entre os cinco sites (Booking, TripAdvisor, Hurb, Hoteis.com e Decolar), houve a necessidade de equiparar as informações com base em uma métrica que fosse padrão, visto que cada site adotava uma métrica diferente para a sua avaliação de hóspedes. Tivemos como base a métrica utilizada nos sites TripAdvisor e Hurb que possuem sua escala de avaliação dos

hóspedes em um número de 0 a 5, contando apenas com múltiplos de “0,5”, sendo assim, temos 11 avaliações possíveis: 0 ; 0,5 ; 1 ; 1,5 ; 2 ; 2,5 ; 3 ; 3,5 ; 4 ; 4,5 ; 5. Os demais sites (Hoteis.com, Booking e Decolar) possuíam sua métrica de avaliação em uma escala de 0 a 10, por múltiplos de “0,1”, possuindo 101 avaliações possíveis. Após definido a métrica do Tripadvisor e Hurb como a nossa métrica padrão, realizamos dois procedimentos em nossa planilha para equiparar as métricas dos demais sites com o nosso modelo padrão (Tripadvisor e Hurb), são eles:

- **Primeiro procedimento:** Divisão das avaliações dos hóspedes por 2,

utilizando a fórmula “Divide”, com isso, as notas de 0 a 10 agora passam a ser de 0 a 5, conforme a métrica padrão;

- **Segundo procedimento:** Arredondar as notas de 0 a 5 por múltiplos de “0,5”, utilizando a fórmula “Arred”, conforme a métrica padrão;
- **Após a equiparação das avaliações** dos hóspedes de todos os sites em um sistema uniforme, colocamos em prática o nosso modelo de classificação com base nas avaliações e de acordo com a figura 1 a seguir. Na tabela a seguir, há o passo a passo realizado pela equipe para conter todas as informações obtidas neste relatório.

Tabela 1: Modelo de classificação das avaliações

AVALIAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1	Muito Ruim
2	Ruim
3	Regular
4	Bom
5	Muito Bom

Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

Na tabela a seguir, há o passo a passo realizado pela equipe para conter todas as informações obtidas neste relatório.

Tabela 2: Procedimentos de pesquisa

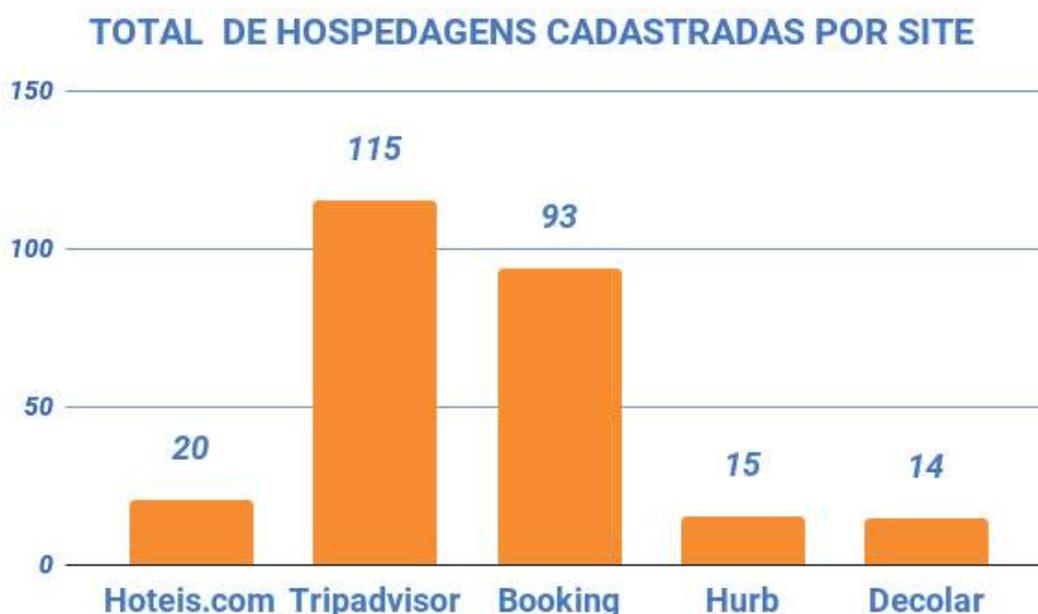
TOTAL DE SITES UTILIZADOS	TOTAL DE HOSPEDAGENS ANALISADAS	TIPO DE HOSPEDAGENS ANALISADAS	COLETA DA DIÁRIA MÉDIA
5 (Booking, TripAdvisor, Hurb, Hoteis.com e Decolar)	123	Hotéis, pousadas e Hostels	No dia 01 de setembro coletaram-se as diárias médias da primeira terça-feira e do segundo sábado do mês em 4 sites (Booking, Hurb, Hoteis.com e Decolar)

Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

3. RESULTADOS

No total de hospedagens cadastradas por site, apresentado no gráfico 1, o TripAdvisor é o que contém o maior número de estabelecimentos, totalizando 115 empreendimentos. Dentre eles hotéis, pousadas, albergues, chalés, condomínios, en-

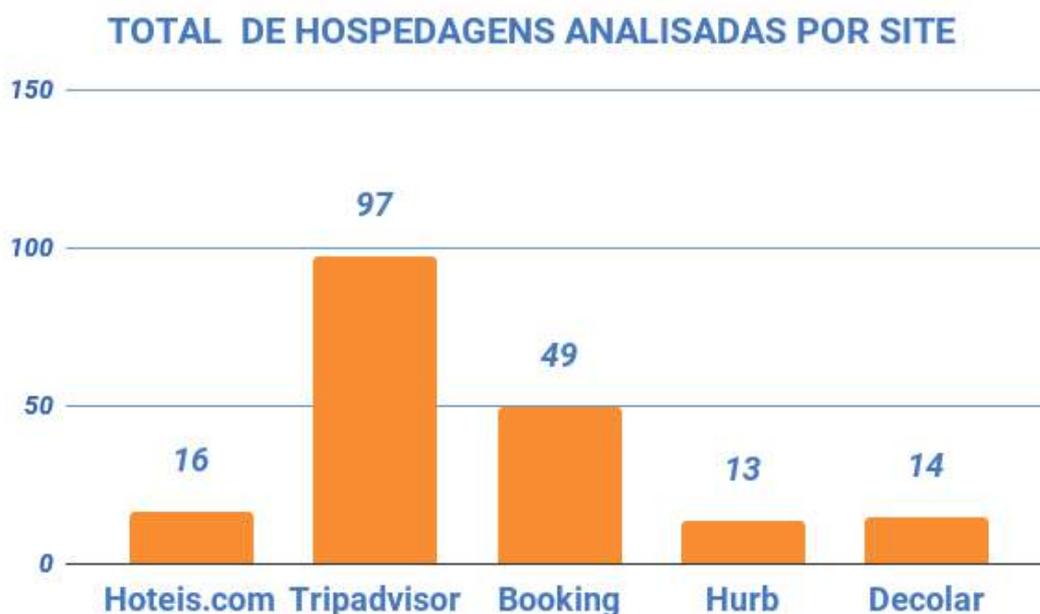
tre outros. O segundo maior site é o Booking, que continha além dos meios de hospedagem tradicionais, barcos, cama e café e apartamentos. Nos outros três sites havia somente hotéis, hostels e pousadas.



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

Entretanto, a pesquisa vigente foca somente nos hotéis, pousadas e hostels, portanto, o número de hospedagens analisadas diminuiu em cada site, como mostra no gráfico 2 abaixo. Importante ressaltar que o TripAdvi-

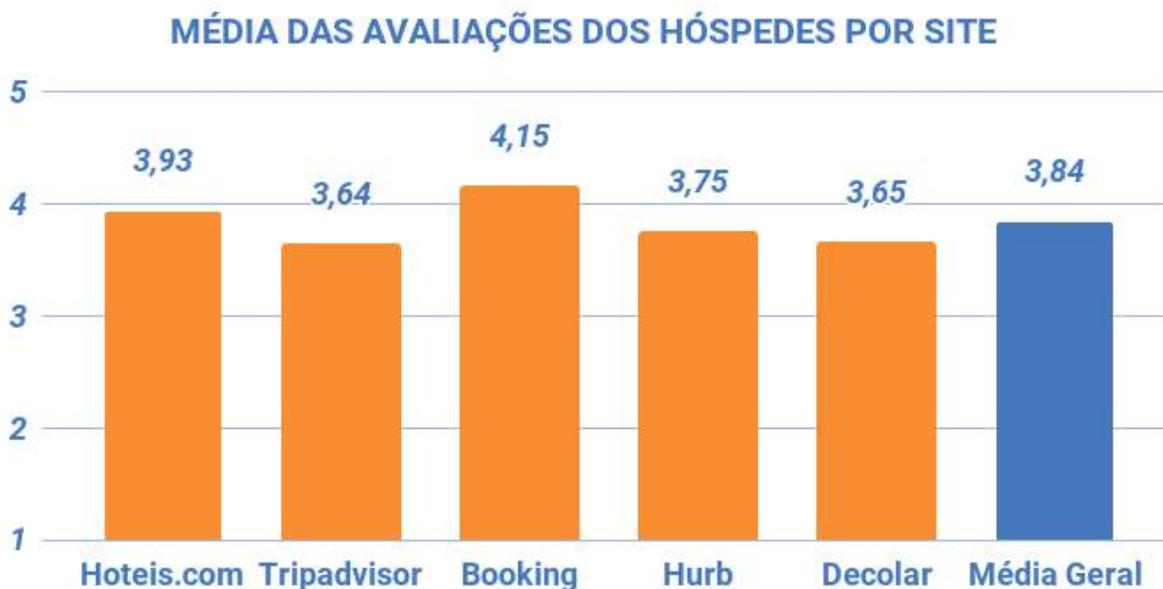
sor é a maior plataforma de viagens do mundo (TRIPADVISOR, 2019) e que essa deve ser a razão pela qual o maior número de hospedagens se encontra neste site com a maior variedade de estabelecimentos.



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

A média geral das avaliações dos hóspedes demonstra que a maioria está entre o regular e o bom. De acordo com a figura 1 indicada na

metodologia. O Booking é a única plataforma que ultrapassa o valor 4. São necessárias pesquisas futuras para investigar a razão disso.



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

Na média das diárias do mês de setembro, o Booking foi o site que apresentou o maior valor. Entre os dias da semana: primeira terça-feira e segundo sábado do mês, observou-se que o site Decolar foi o único

que o valor diminuiu no dia de sábado, em todos os outros sites a média aumentou. Importante ressaltar que o TripAdvisor não aparece nas médias das diárias por ser um site que não faz reserva de hospedagem.



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

Foi obtida a diária mínima e diária máxima de cada empreendimento em relação à primeira terça-feira do mês e diária mínima e diária máxima em relação ao segundo

sábado do mês. Futuras pesquisas irão indicar se a média abaixou ou diminuiu e será possível realizar um comparativo entre os meses.

MÉDIA DAS DIÁRIAS DE TERÇA POR SITE



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

MÉDIA DAS DIÁRIAS DE SÁBADO POR SITE



Fonte: Observatório do Turismo de Niterói, 2021.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa tem como objetivo o dimensionamento e o posicionamento dos meios de hospedagem do Município de Niterói nos canais digitais, nomeadamente, nos sites das OTAs. Resultados indicam que o TripAdvisor é o site com mais hospedagens cadastradas e analisadas, a média das avaliações dos hóspedes é regular e a média das diárias nas hospedagens de Niterói no mês de setembro é de R\$ 243,10.

A busca é uma tentativa para obter informações suficientes e adequadas para gerar estatísticas confiáveis sobre o turismo. As informações coletadas podem ajudar em diversas atividades, tais como orientar no planejamento turístico, auxiliar em futuros investimentos, conhecer os visitantes e, principalmente, melhorar a prestação de serviços

Os resultados da pesquisa indicam que a utilização de conteúdo pelos usuários de plataformas online é demonstrada ser cada vez mais necessária e a implicação gerencial dessa constatação se dá através da importância do monitoramento do comportamento do consumidor antes, durante e depois da aquisição/compra do produto ou

serviço (KOTLER; ARMSTRONG, 2008).

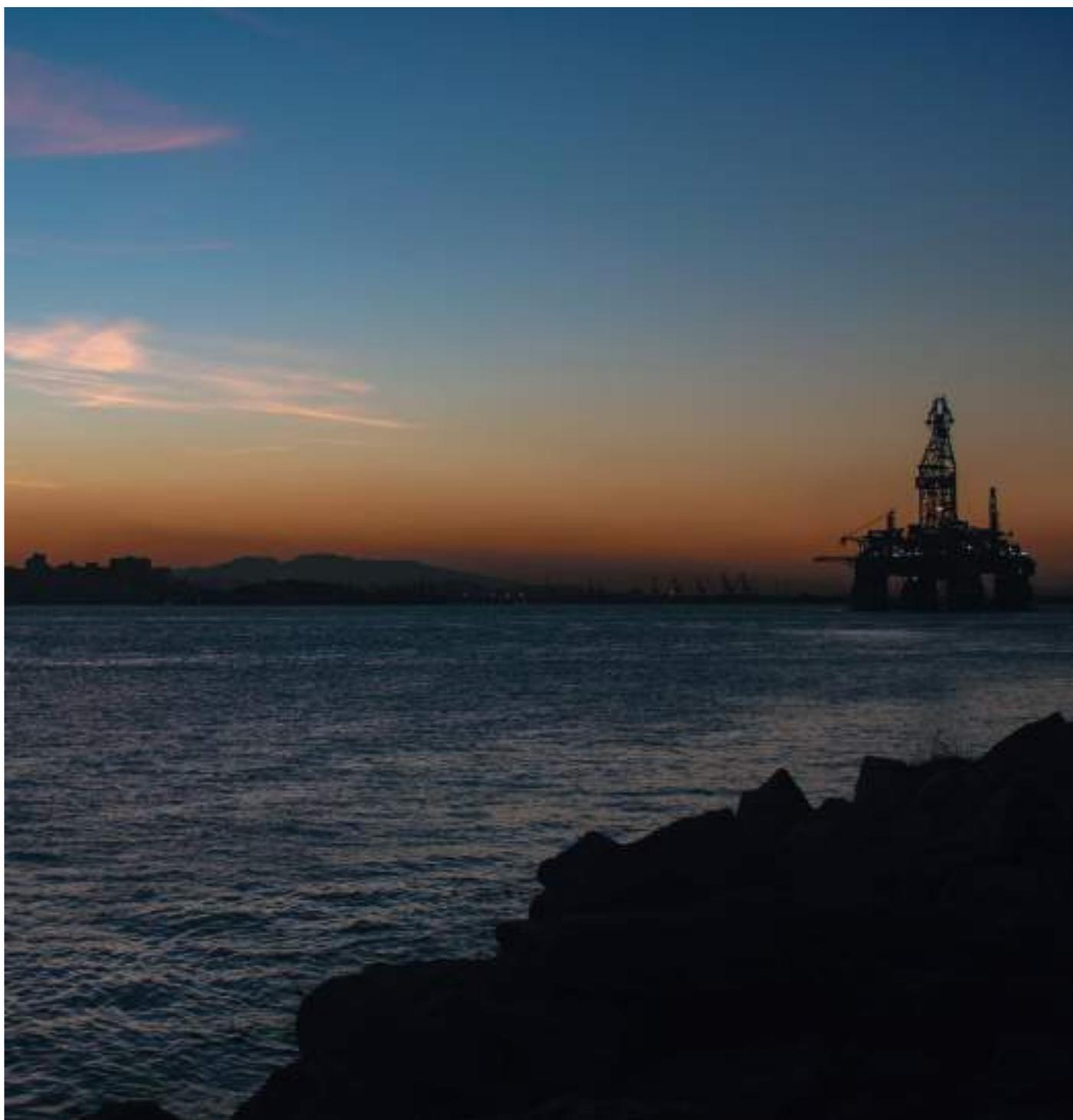
O setor de turismo no município de Niterói tem um grande potencial para contribuir no processo de crescimento e de desenvolvimento econômico, gerando emprego, renda e melhorando a qualidade de vida da população local. Nesta perspectiva, a identificação dos desafios e do planejamento eficiente da atividade turística no Município de Niterói passa necessariamente pelo monitoramento contínuo das ações e programas de desenvolvimento sustentável do turismo, que possa consolidar e fornecer todas as informações e estatísticas relacionadas às atividades características de turismo no município.

É necessário destacar que a pesquisa possui limitações. Não foi realizado uma revisão sistemática sobre o tema e não há referências de avaliações positivas ou negativas. Para pesquisas futuras, é importante realizar uma avaliação melhor da situação das publicações sobre OTAs no turismo, dar continuidade na pesquisa e comparar os resultados com os próximos meses, assim como comparar com outros destinos.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Fundação Euclides da Cunha, a Niterói Empresa de Lazer e Turismo e a Universidade Federal Fluminense em relação ao apoio financeiro e criação do Observatório do Turismo do Município de Niterói.

Também agradecemos a equipe responsável por coletar os dados para a pesquisa: Bruna Figueiredo de Jesus, Letícia Melo da Silva, Karoline Cordeiro e Silva e Verônica Pereira Martins.



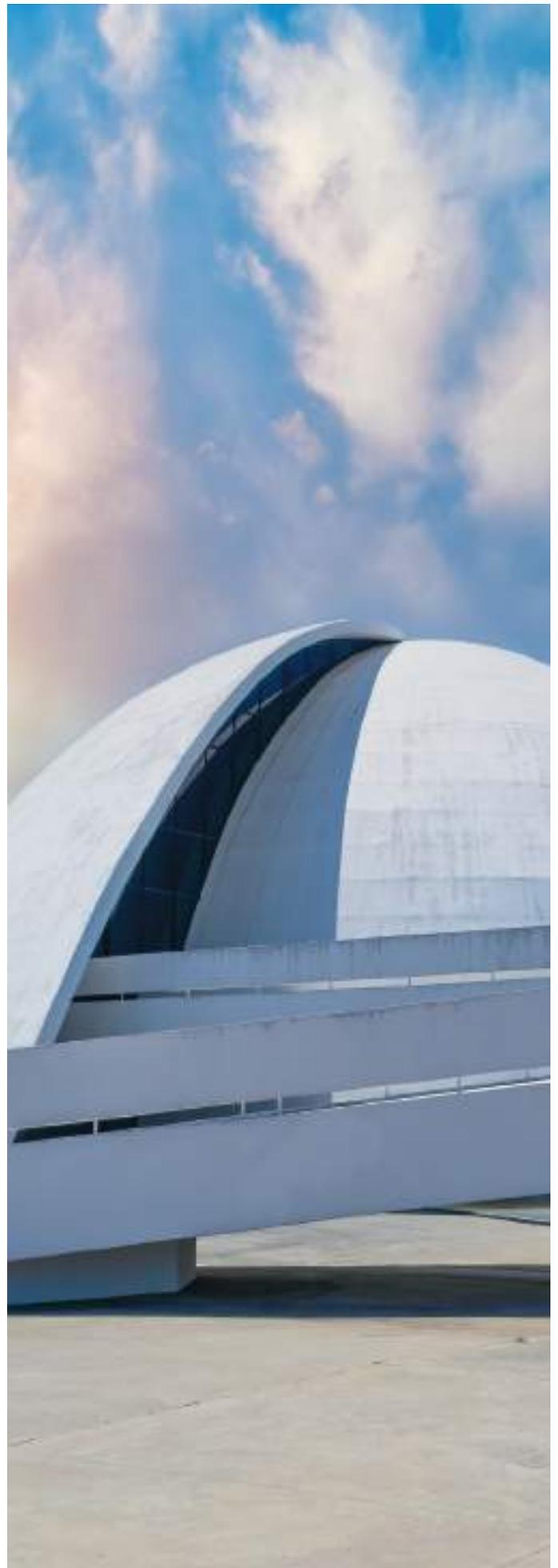
REFERÊNCIAS

- BENI, M. C. Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada. A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica e no marketing de Turismo: e-Tourism. São Paulo: Associação Nacional de Pesquisa em Turismo, 2017.
- BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism management*, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008.
- CACHO, A. et al. Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: a Brazilian case study. *International Journal of Tourism Cities*, 2016.
- CHIANG, C-T. Developing an eMarketing model for tourism and hospitality: a keyword analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2020.
- GRETZEL, U. et al. Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, v. 25, n. 3, p. 179-188, 2015.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro. Niterói. Panorama cidades. População estimada. 2021. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/niteroi/panorama>>.
- _____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Índice de Desenvolvimento Humano. Niterói. 2010. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/niteroi/pesquisa/37/30255?tipo=ranking>>
- IOT-RIO. Inventário da Oferta Turística do Rio de Janeiro. 2018. Disponível em: < <http://www.visit.niteroi.br/estudos-e-pesquisas/>>.
- KOTLER, P; ARMSTRONG, G. *Principle of Marketing*. New Jersey (US). 2008.
- LITVIN, S. W.; GOLDSMITH, R. E.; PAN, B. Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism management*, v. 29, n. 3, p. 458-468, 2008.
- SOUZA, J.; MENDES-FILHO, L; BUHALIS, D. Evaluating the effectiveness of tourist advertising to improve the competitiveness of destinations. *Tourism Economics*, v. 26, n. 6, p. 1001-1020, 2020.

TRIPADVISOR. TripBarometer Global Report: 2017-2018. 2019. Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w4594>>.

UKPABI, D. C.; KARJALUOTO, H. What drives travelers' adoption of user-generated content? A literature review. *Tourism management perspectives*, v. 28, p. 251-273, 2018.

VIANA, J. P.; MAYER, V. F.; SOUZA NETO, V. R. Experience sharing about hotels on TripAdvisor: motivation and preferences of brazilian tourists. *Marketing & Tourism Review*, v. 5, n. 1, 2020.





OBSERVATÓRIO
DO **TURISMO**
NITERÓI

#VisitNiteroi

Pesquisa Instagram •

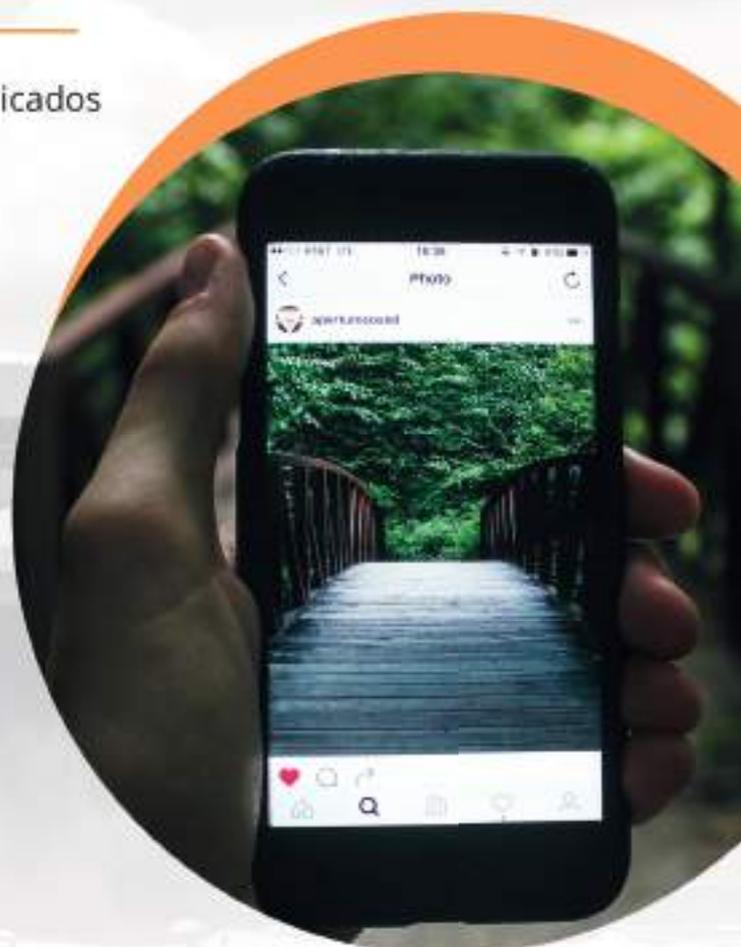
Programa de Desenvolvimento de Projetos Aplicados

PDPA Prefeitura de Niterói

Universidade Federal Fluminense

Fundação Euclides da Cunha

Agosto



1. INTRODUÇÃO

Essa é mais uma ação que o Observatório de Niterói tem realizado para levantar dados e informações sobre as atividades características do turismo no município.

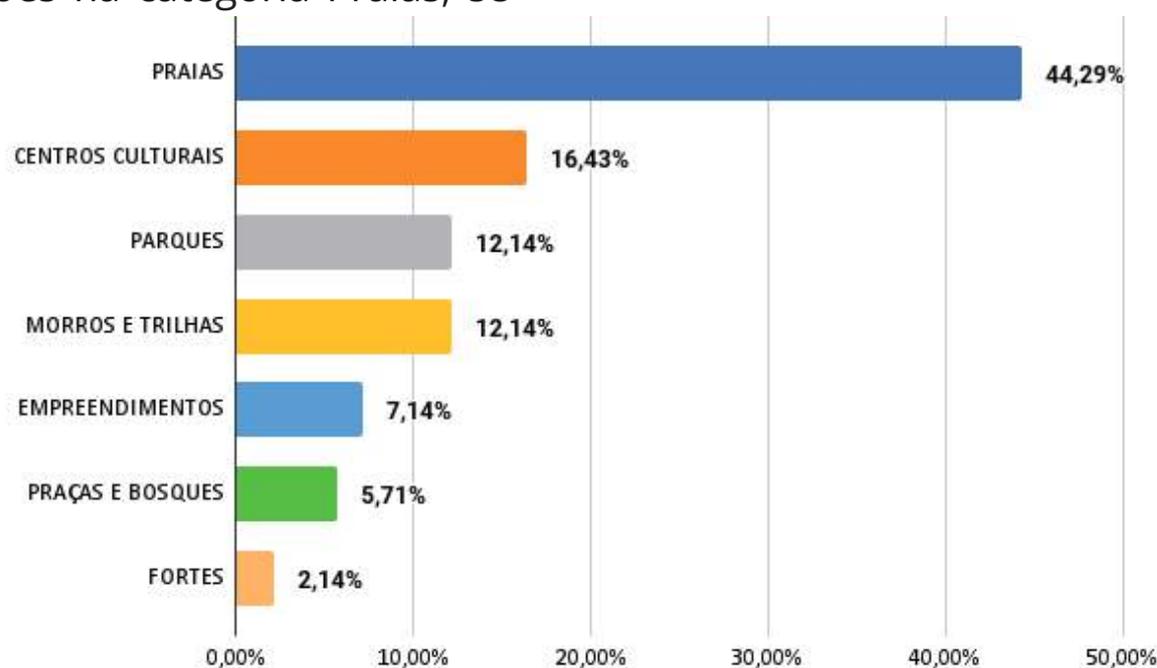
A coleta deverá auxiliar o setor público e privado no acompanhamento

do que moradores e visitantes propagam sobre os pontos turísticos e negócios da cidade, possibilitando maior agilidade nos ajustes e estratégias voltadas para Niterói.

2. PASSO A PASSO E RESULTADO

O levantamento das postagens no Instagram permitiu verificar 140 imagens dos locais mais marcados com a hashtag #visitniteroi no mês de agosto (Dia 1 a dia 31). Foram verificados as abas “Mais Relevantes e “Recentes”. Assim, houveram 62 marcações na categoria Praias, se-

guido por Centros Culturais com 23 marcações, Parques e Morros e Trilhas com 17 marcações cada um, e por último Empreendimentos com 10, Praças e Bosques com 8 e Fortes com 3 marcações.



Nas marcações de praias, os destaques vão para a Praia de Itacoatiara (13), seguida de Piratininga (9), Boa Viagem (9), Icaraí (8) e Camboinhas (8). O Parque da Cidade e o MAC são destaques entre os Parques e Cen-

tros Culturais marcados. Entre os empreendimentos, há restaurantes e lanchonetes, e a trilha no Auto Morão (Pedro do Elefante) teve o maior destaque entre os morros e trilhas.

CONCLUSÃO

É importante destacar que o primeiro levantamento de postagens no Instagram do Observatório do Tu-

rismo de Niterói através da hashtag **#VisitNiteroi** e haverá um controle mensal sobre as postagens.



CRÉDITOS

PREFEITO DO MUNICÍPIO DE NITERÓI

Axel Schmidt Grael

ALUNOS BOLSISTAS

MESTRADO

Letícia Cynara Santos Silva

GRADUAÇÃO

Bruna Figueiredo de Jesus

Karoline Cordeiro e Silva

Letícia Melo da Silva

Luí Vitor Bezerril Rocha

Luiz Eduardo de Mendonça
Gonçalves

Verônica Pereira Martins

REITOR DA UNIVERSIDADE FEDE- RAL FLUMINENSE

Antonio Claudio Lucas da Nóbrega

FACULDADE DE TURISMO E HOTE- LARIA

João Evangelista Dias Monteiro

COORDENADOR DO PROJETO

João Evangelista Dias Monteiro

COLABORADORA DO PROJETO

Manoela Carillo Valduga

FUNDAÇÃO EUCLIDES DA CUNHA

Alberto Di Sabbato

VICE-COORDENADOR DO PROJETO

Marco Aurélio Sanfins

EQUIPE TÉCNICA

COORDENADOR DO PROJETO

Prof. Dsc. João Evangelista Dias
Monteiro

PESQUISADORES BOLSISTAS

MESTRADO

Letícia Cynara Santos Silva

GRADUAÇÃO

Bruna Figueiredo de Jesus

Karoline Cordeiro e Silva

Letícia Melo da Silva

Luí Vitor Bezerril Rocha

Luiz Eduardo de Mendonça Gon-
çalves

REFERÊNCIA

MONTEIRO, J. E. D.; SILVA, L. C. S. #VisitNiterói: pesquisa Instagram (2021). Niterói: Observatório do

Turismo de Niterói, 2021. 7 p. Disponível em: <http://observatoriodoturismo.uff.br/>





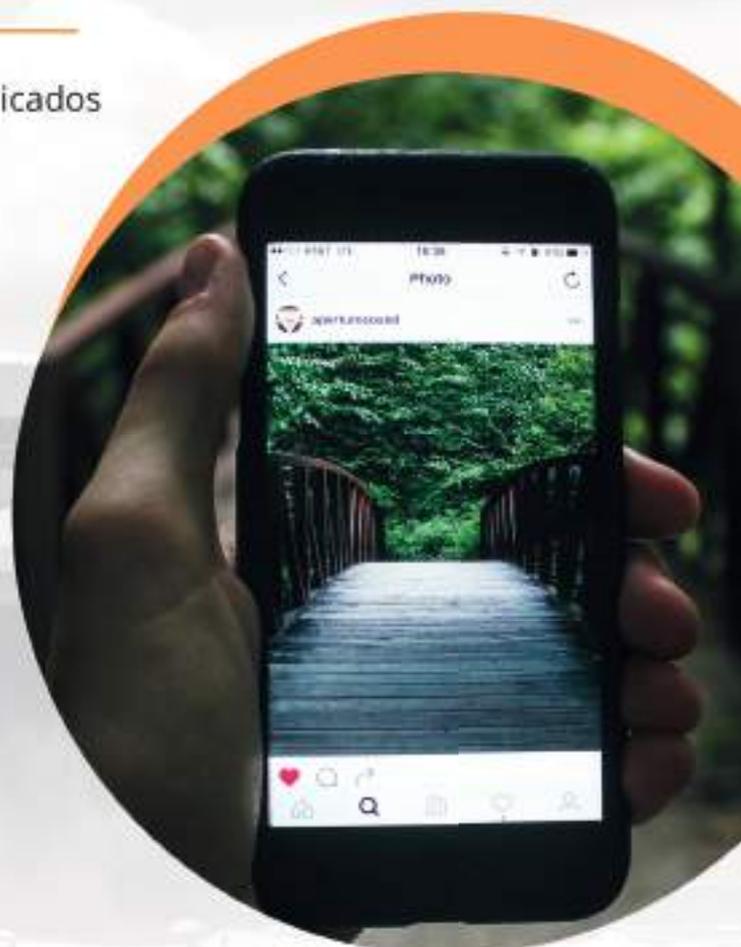
OBSERVATÓRIO
DO **TURISMO**
NITERÓI

#VisitNiteroi

Pesquisa Instagram •

Programa de Desenvolvimento de Projetos Aplicados
PDPA Prefeitura de Niterói
Universidade Federal Fluminense
Fundação Euclides da Cunha

Setembro



1. INTRODUÇÃO

Essa é mais uma ação que o Observatório de Niterói tem realizado para levantar dados e informações sobre as atividades características do turismo no município.

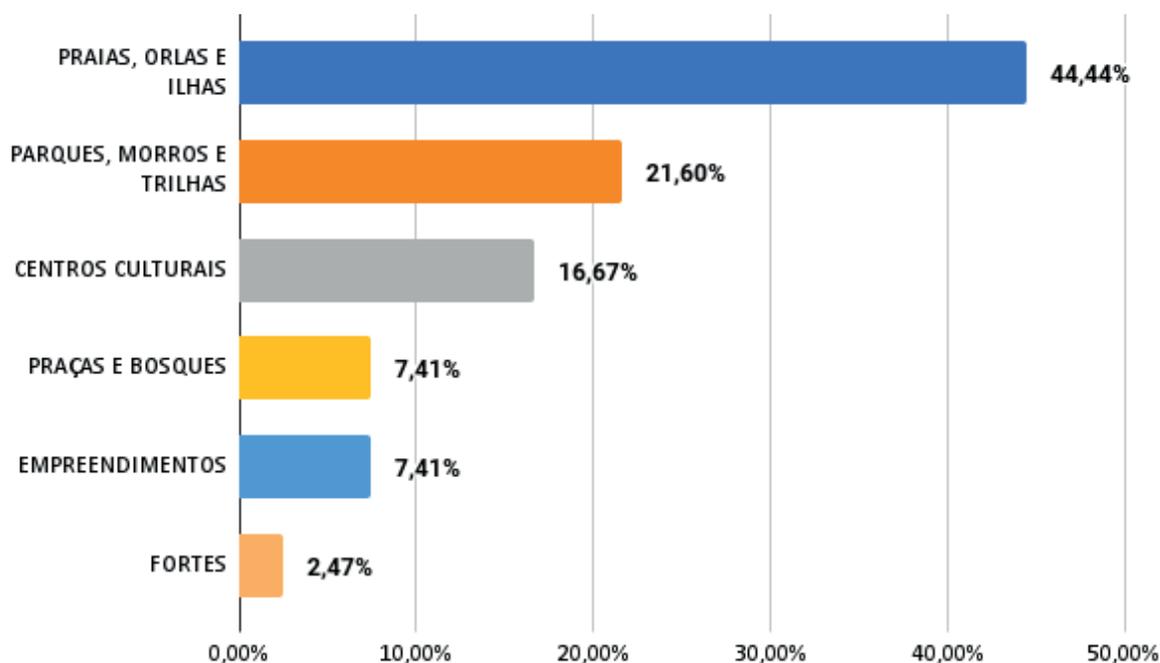
A coleta deverá auxiliar o setor pú-

blico e privado no acompanhamento do que moradores e visitantes propagam sobre os pontos turísticos e negócios da cidade, possibilitando maior agilidade nos ajustes e estratégias voltadas para Niterói.

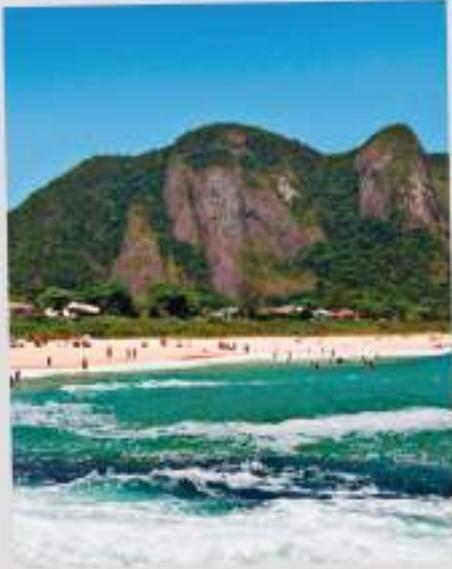
2. PASSO A PASSO E RESULTADO

O levantamento das postagens no Instagram permitiu verificar 162 imagens dos locais mais marcados com a hashtag #visitniteroi e #niteroi no mês de setembro (Dia 1 a dia 30). Foram verificados as abas “Mais Relevantes e “Recentes” na hashtag VisitNiteroi e a aba “Mais Relevantes” na hashtag Niteroi. Assim, hou-

veram 72 marcações na categoria Praias, Orlas e Ilhas, seguido por Parques, Morros e Trilhas com 35 marcações, Centros Culturais com 27 marcações cada um, e por último Empreendimentos com 12, Praças e Bosques com 12 e Fortes com 4 marcações.



Pesquisa Instagram



Itacoatiara

Nas marcações de praias, os destaques vão para a Praia de Itacoatiara (23), seguida de Camboinhas (10), Icaraí (9) e Piratininga (7).

O Parque da Cidade e o MAC são destaques entre os Parques e Centros Culturais marcados.



Mac



Parque da Cidade

O Bosque dos Eucaliptos teve o maior destaque entre os praças e bosques.

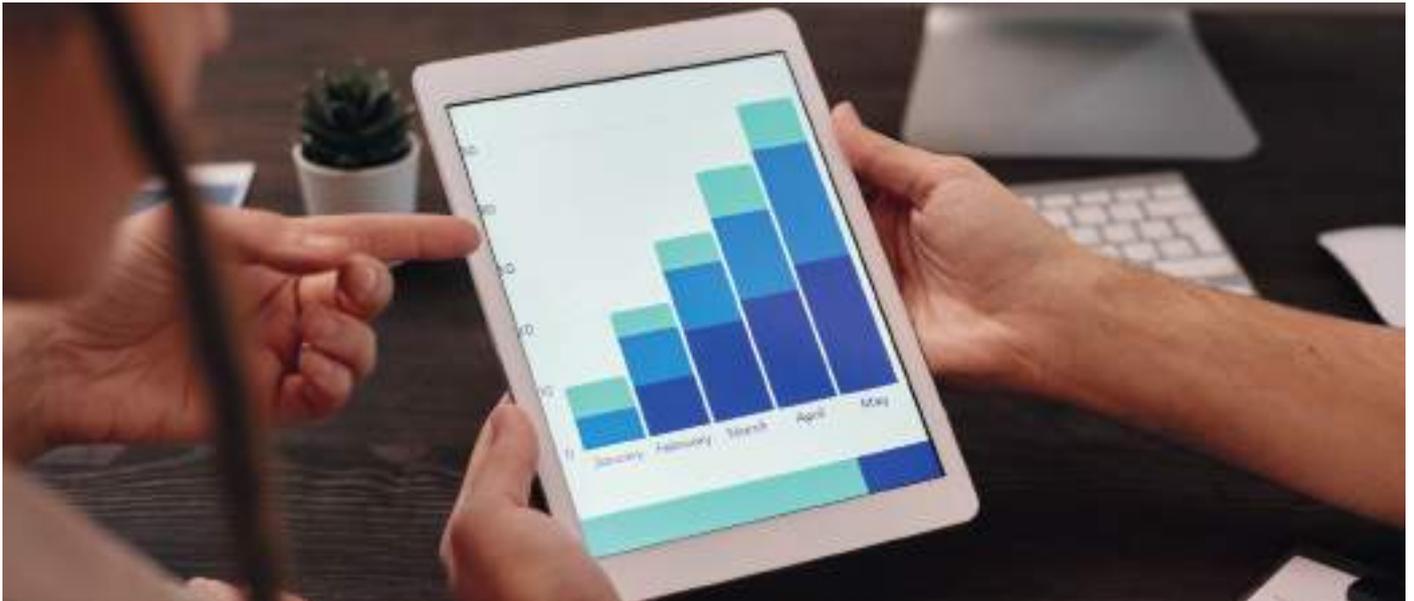


OBSERVATÓRIO
DO **TURISMO**
NITERÓI

CONCLUSÃO

É importante destacar que este é o segundo levantamento de postagens no Instagram do Observatório do Turismo de Niterói através das

hashtags **#VisitNiteroi** e **#Niteroi**, e haverá um controle mensal sobre as postagens.



CRÉDITOS

PREFEITO DO MUNICÍPIO DE NITERÓI

Axel Schmidt Graef

ALUNOS BOLSISTAS

MESTRADO

Letícia Cynara Santos Silva

GRADUAÇÃO

Bruna Figueiredo de Jesus

Karoline Cordeiro e Silva

Letícia Melo da Silva

Luí Vitor Bezerril Rocha

Luiz Eduardo de Mendonça Gonçalves

Verônica Pereira Martins

REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Antonio Claudio Lucas da Nóbrega

**FACULDADE DE TURISMO E
HOTELARIA**

João Evangelista Dias Monteiro

COORDENADOR DO PROJETO

João Evangelista Dias Monteiro

EQUIPE TÉCNICA

COORDENADOR DO PROJETO

Prof. Dsc. João Evangelista Dias
Monteiro

PESQUISADORES BOLSISTAS

MESTRADO

Letícia Cynara Santos Silva

REFERÊNCIA

MONTEIRO, J. E. D.; SILVA, L. C. S.
#VisitNiterói: pesquisa Instagram
Setembro (2021). Niterói: Observa-

COLABORADORA DO PROJETO

Manoela Carillo Valduga
FUNDAÇÃO EUCLIDES DA CUNHA
Alberto Di Sabbato

VICE-COORDENADOR DO PROJETO

Marco Aurélio Sanfins

GRADUAÇÃO

Bruna Figueiredo de Jesus
Karoline Cordeiro e Silva
Letícia Melo da Silva
Luí Vitor Bezerril Rocha
Luiz Eduardo de Mendonça Gonçal-
ves

tório do Turismo de Niterói, 2021. 7
p. Disponível em: <http://observatoriodoturismo.uff.br/>



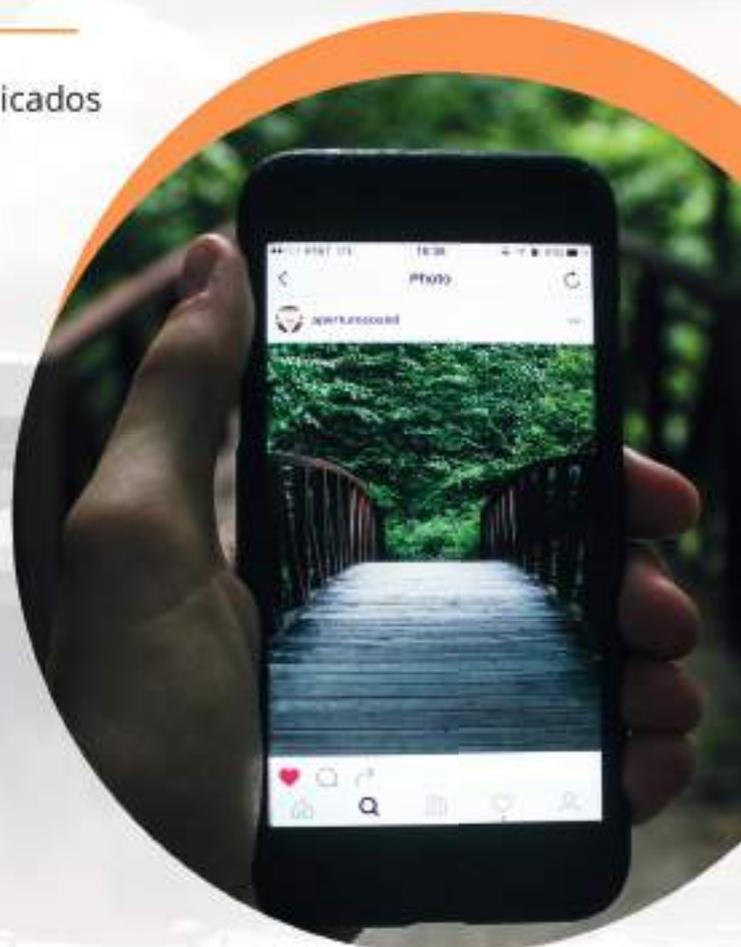
OBSERVATÓRIO
DO **TURISMO**
NITERÓI

#VisitNiteroi

Pesquisa Instagram •

Programa de Desenvolvimento de Projetos Aplicados
PDPA Prefeitura de Niterói
Universidade Federal Fluminense
Fundação Euclides da Cunha

Outubro



1. INTRODUÇÃO

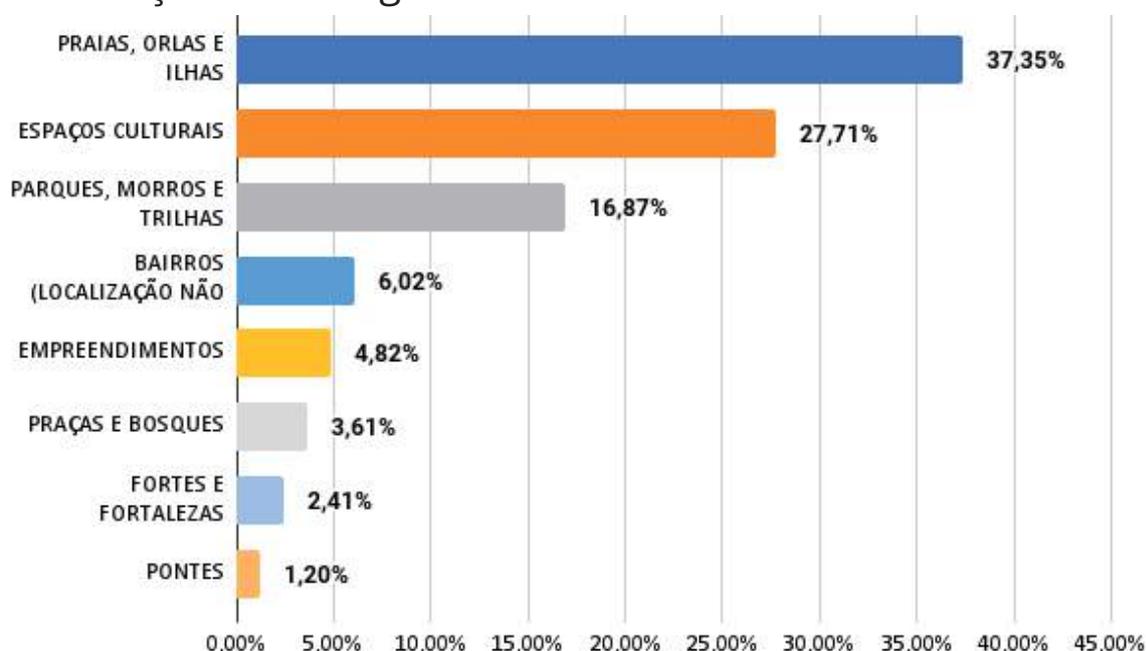
Essa é mais uma ação que o Observatório de Niterói tem realizado para levantar dados e informações sobre as atividades características do turismo no município. A coleta deverá auxiliar o setor público e privado no

acompanhamento do que moradores e visitantes propagam sobre os pontos turísticos e negócios da cidade, possibilitando maior agilidade nos ajustes e estratégias voltadas para Niterói

2. PASSO A PASSO E RESULTADO

O levantamento das postagens no Instagram permitiu verificar 83 imagens dos locais mais marcados com a hashtag #visitniteroi e #niteroi no mês de outubro (Dia 1 a dia 31). Foram verificadas as abas “Mais Relevantes” e “Recentes” na hashtag VisitNiteroi e a aba “Mais Relevantes” na hashtag Niteroi. Assim, houve 31 marcações na categoria

Praias, Orlas e Ilhas, seguido por Centros Culturais com 23 marcações, Parques, Morros e Trilhas com 14 marcações, Bairros (localização não especificada) com 5 marcações, Empreendimentos com 4, Praças e Bosques com 3, Fortes e Fortalezas com 2 e por último, Pontes com 1 marcação.



Pesquisa Instagram



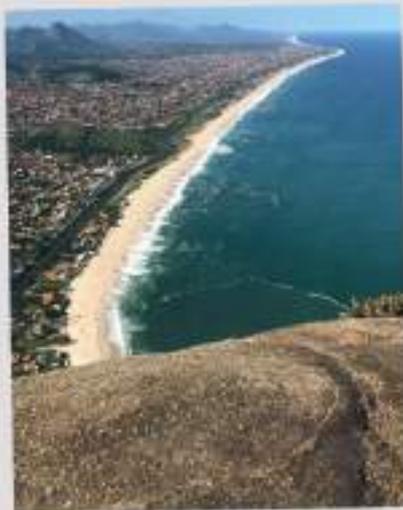
Piratininga

Nas marcações de praias, os destaques vão para a Praia de Piratininga (9) e Boa Viagem (8)



Mac

O Parque da Cidade e o MAC são destaques entre os Parques e Centros Culturais marcados.



Pedra do Elefante



CONCLUSÃO

É importante destacar que este é o terceiro levantamento de postagens no Instagram do Observatório do Turismo de Niterói através das hash-

tags **#VisitNiteroi** e **#Niteroi**, e haverá um controle mensal sobre as postagens.



CRÉDITOS

PREFEITO DO MUNICÍPIO DE NITERÓI

Axel Schmidt Grael

ALUNOS BOLSISTAS

MESTRADO

Letícia Cynara Santos Silva

GRADUAÇÃO

Bruna Figueiredo de Jesus

Karoline Cordeiro e Silva

Letícia Melo da Silva

Luí Vitor Bezerril Rocha

Luiz Eduardo de Mendonça Gonçalves

Verônica Pereira Martins

REITOR DA UNIVERSIDADE FEDE- RAL FLUMINENSE

Antonio Claudio Lucas da Nóbrega

**FACULDADE DE TURISMO E
HOTELARIA**

João Evangelista Dias Monteiro

COORDENADOR DO PROJETO

João Evangelista Dias Monteiro

EQUIPE TÉCNICA

COORDENADOR DO PROJETO

Prof. Dsc. João Evangelista Dias
Monteiro

PESQUISADORES BOLSISTAS

MESTRADO

Letícia Cynara Santos Silva

REFERÊNCIA

MONTEIRO, J. E. D.; SILVA, L. C. S.
#VisitNiterói: pesquisa Instagram
Outubro (2021). Niterói: Observató-

COLABORADORA DO PROJETO

Manoela Carillo Valduga
FUNDAÇÃO EUCLIDES DA CUNHA
Alberto Di Sabbato

VICE-COORDENADOR DO PROJETO

Marco Aurélio Sanfins

GRADUAÇÃO

Bruna Figueiredo de Jesus
Karoline Cordeiro e Silva
Letícia Melo da Silva
Luí Vitor Bezerril Rocha
Luiz Eduardo de Mendonça Gonçal-
ves

rio do Turismo de Niterói, 2021. 7 p.
Disponível em: <http://observatorio-doturismo.uff.br/>

CONTATO E MÍDIAS SOCIAIS

CLIQUE NOS ÍCONES ABAIXO 
E ENTRE EM CONTATO CONOSCO



OBSERVATÓRIO
do **TURISMO**
NITERÓI