



TURISMO NÁUTICO EM NITERÓI NICHOS PRIORITÁRIOS

PDPA 4455 - MAPEAMENTO E
PROMOÇÃO DO TURISMO NÁUTICO EM
NITERÓI
ETAPA VI - 2021

**NICHOS PRIORITÁRIOS PARA O TURISMO
NÁUTICO DE LAZER E ESPORTES EM NITERÓI**

Título

TURISMO NÁUTICO EM NITERÓI - NICHOS PRIORITÁRIOS

Projeto

PDPA 4455 - MAPEAMENTO E PROMOÇÃO DO TURISMO NÁUTICO EM NITERÓI
ETAPA VI - 2021

Coordenação do projeto

Verônica Feder Mayer

Coordenadora

Marcello de Barros Tomé Machado

Vice-coordenador

Consultores técnicos do projeto

Gabriel Marcuzzo

Ambrozio Queiroz

Autoras do relatório

Mariana Brandão Cavalheiro

Verônica Feder Mayer

Aline Barbosa Tinoco Luz

Pesquisadores

Éricka Cristina Vaz Silva de Abreu

Helena de Sant Anna Barra

Lucas de Melo Freitas

Thamyres Ramos da Rocha

Labcons – Laboratório de Estudos Comportamentais em Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense

Informações sobre o projeto PDPA 4455 - Mapeamento e Promoção do Turismo Náutico em Niterói: <http://turismonautico.uff.br/>

© PDPA 4455 - MAPEAMENTO E PROMOÇÃO DO TURISMO NÁUTICO EM NITERÓI, 2021

Publicado em 31 de outubro de 2021

Contatos: turismonautico.fth@id.uff.br; veronicamayer@id.uff.br

Foto da Capa: Fred Hoffmann

C 376 Cavaleiro, Mariana Brandão

Turismo náutico em Niterói: nichos prioritários / Mariana Brandão Cavaleiro; Verônica Feder Mayer; Aline Barbosa Tinoco Luz. - Niterói : Labcons – Laboratório de Estudos Comportamentais em Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, 2021.

25 p. ; il.

Projeto PDPA 4455. Mapeamento e promoção do turismo náutico em Niterói. Etapa VI.

1. Turismo Náutico. 2. Niterói (RJ). 3. Turismo- aspecto econômico. I. Projeto PDPA 4455. Mapeamento e promoção do turismo náutico em Niterói. Etapa VI. 2021. II. Mayer, Verônica Feder. III. Luz, Aline Barbosa Tinoco. IV. Título.

CDD 338.4791

Sumário executivo

O presente documento foi elaborado para justificar a priorização de alguns nichos do turismo náutico de lazer e esportes em Niterói, conforme previsto na etapa VI do cronograma de execução do projeto “Mapeamento e Promoção do Turismo Náutico em Niterói”. O referido projeto vem sendo executado pela Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense em parceria com a Fundação Euclides da Cunha e a Prefeitura de Niterói.

Na etapa anterior do projeto foi elaborado um mapeamento que contou com pesquisa de campo em toda orla do município, entrevistas com importantes atores da cadeia náutica, além de contato on-line e telefônico com empresas do setor. Assim, por meio deste levantamento minucioso foram identificados alguns nichos para o desenvolvimento do turismo náutico na cidade, dos quais se destacam seis: turismo de mergulho; turismo de vela, turismo esportes a remo, turismo de surfe e bodyboard, turismo de pesca e turismo de lazer contemplativo.

Com a finalidade de indicar os nichos prioritários, ou seja, os mais competitivos e atrativos para cidade de Niterói, foram utilizados os métodos AHP (*Analytic hierarchy process*) e Análise de Atratividade, com a participação de um *expert panel*. Concluiu-se que os dois nichos de turismo náutico prioritários para o município são o **turismo de vela** e o **turismo de esportes a remo**. Desta forma, o plano de ações e a pesquisa com a demanda previstos nas próximas etapas do projeto serão dedicados a esses nichos prioritários.



Índice

1. Introdução.....	4
2. Metodologia.....	6
2.1 <i>Análise da Competitividade de Niterói nos nichos de turismo náutico.....</i>	6
2.2 <i>Análise da Atratividade dos Nichos de turismo náutico para Niterói.....</i>	9
3. Resultados.....	10
3.1 <i>Resultado do processo de análise hierárquica.....</i>	10
3.2 <i>Estudo dos nichos de Turismo Náutico de Lazer e esportes de Niterói segundo o grau de atratividade.....</i>	13
4. Considerações finais	17
Referências	18
Anexo I – Questionário - <i>Rating Model</i>	20
Anexo II – Matriz SWOT (Cavalheiro, Mayer, et al., 2021).....	22

1. Introdução

Conforme exposto no relatório da pesquisa documental deste projeto (Cavalheiro, Luz, et al., 2021)¹, o turismo náutico tornou-se responsável pela geração de receitas bilionárias e pela criação de centenas de milhares de postos de trabalho em todo o mundo. Adicionalmente, diversas pesquisas têm evidenciado que o turismo náutico de recreio e esportes é um segmento promissor para a retomada da atividade turística (Cavalheiro, Mayer, et al., 2021), uma vez que o setor deverá ser impulsionado principalmente pelos mercados domésticos, pela procura de destinos de baixa densidade (em termos de população e turistas), que ofereçam oportunidades de contato com a natureza e de atividades ao ar livre e na água (OECD, 2020; UNCTAD, 2020).

Aproveitando essa conjuntura favorável, em janeiro de 2021 foi iniciado o projeto intitulado “Mapeamento e Promoção do Turismo Náutico em Niterói”, que está sendo executado pela Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense em parceria com a Fundação Euclides da Cunha e a Prefeitura de Niterói, no âmbito do Programa de Desenvolvimento de Projetos Aplicados (PDPA)². O presente documento faz parte da consolidação da sexta etapa do projeto, que consiste em uma análise com aplicação de critérios relacionados à competitividade e à atratividade para recomendação dos nichos a serem priorizados no desenvolvimento do turismo náutico na cidade Niterói.

Segundo Crouch (2011), sobreviver e prosperar em um mercado global, extremamente dinâmico e competitivo, como o do turismo, é de fato, um desafio crítico. Hoje, a maioria dos destinos tem hotéis e atrações cinco estrelas. Cada local reivindica uma cultura e patrimônio únicos, além de se descrever como lar das pessoas mais amigáveis e com a indústria de turismo mais focada no cliente. Contudo, quantos destinos ainda concentram suas promoções em retratos de mares azuis, praias infinitas e pessoas locais acolhedoras? Dessa forma é possível diferenciar uma ilha no caribe de uma praia no nordeste brasileiro? Nesse contexto, faz-se necessário que os destinos encontrem nichos específicos para que então possam criar uma identidade que os diferencie de seus concorrentes (Morgan et al., 2002).

¹ <http://turismonautico.uff.br/2021/05/07/relatorio-do-levantamento-documental-sobre-esportes-nauticos-em-niteroi-e-sobre-iniciativas-de-turismo-nautico-no-brasil/>

² <https://somosfec.org.br/projetos-aplicados/>

A cidade de Niterói, localizada a aproximadamente 20 km da cidade do Rio de Janeiro (maior receptora de turistas do estado), durante muito tempo vem operando seu turismo com base na capital, aproveitando principalmente o fluxo da passagem destes turistas. Esta dinâmica oferece pouco retorno para a cidade. Diferenciar-se dos destinos turísticos do entorno, é, portanto, estratégico para a solidificação da atividade turística de Niterói.

Durante as etapas anteriores deste projeto, além da já citada pesquisa documental, outro produto também entregue foi o mapeamento da oferta turística náutica da cidade, documentado no Mapa das Atividades e Esportes Náuticos de Niterói³ e no Relatório “Turismo náutico em Niterói: Mapeamento da oferta” (Cavalheiro, Mayer, et al., 2021). Por meio deste mapeamento, que contou com pesquisa de campo em toda orla do município, entrevistas com importantes atores da cadeia náutica, além de contato on-line e telefônico com empresas do setor, foi possível identificar potenciais nichos náuticos capazes de atrair turistas e visitantes para cidade de Niterói. Os principais são: turismo de mergulho; turismo de vela, turismo esportes a remo, turismo de surfe e bodyboard, turismo de pesca e turismo de lazer contemplativo.

Apesar de Niterói ter potencial para desenvolver os principais nichos encontrados, alguns são mais competitivos e atrativos que outros. Para ponderar e definir os nichos de turismo náutico prioritários para a cidade de Niterói de acordo com a competitividade foi realizada uma AHP (*Analytic hierarchy process*) com *rating model* (modelo de classificação), utilizando o software *Super Decisions*⁴. Por outro lado, a avaliação dos nichos segundo a atratividade, que considera o tanto o nível de investimento quanto o tipo e a rapidez de retorno, foi realizada por meio de um painel com especialistas.

Assim, o presente relatório foi organizado da seguinte forma: após esta breve introdução, será apresentada a metodologia da pesquisa com todos os procedimentos e ferramentas adotadas. Depois, os resultados encontrados serão apresentados e analisados e por fim, na conclusão do documento serão apontadas algumas recomendações.

³ <http://turismonautico.uff.br/mapa-das-atividades-nauticas-de-niteroi/>

⁴ <http://www.superdecisions.com/>

2. Metodologia

Com a finalidade de definir os nichos prioritários recomendáveis para investimentos imediatos de forma a prover o turismo náutico em Niterói, foram elaboradas duas análises: uma de competitividade e outra de atratividade.

2.1 Análise da Competitividade de Niterói nos nichos de turismo náutico.

A análise de competitividade foi feita por meio de um processo de análise hierárquica (*Analytic Hierarchy Process - AHP*) e os dados foram modelados pelo software *Super Decisions*. “O AHP é um método eficaz para a tomada de decisão e que possibilita ao decisor identificar a melhor opção dentro das múltiplas alternativas possíveis, ajudando-o na determinação das prioridades” (Favretto & Nottar, 2016, p.183).

O modelo de AHP é composto por um objetivo, seguido de critérios e alternativas (SuperDecisions software, 2017). O objetivo aqui definido foi: **Em qual nicho de turismo náutico de lazer e esportes a cidade de Niterói é mais competitiva?** Já os critérios utilizados no modelo foram os propostos por Crouch (2007) para análise da competitividade de destinos turísticos, conforme explicado no quadro 1.

Quadro 1. Critérios para análise da competitividade

Critério	Definição
Recursos-chave e atrativos.	São os “principais motivadores para o deslocamento de turistas, considerados elementos primários da atratividade de um destino. Envolvem categorias ligadas a aspectos físicos e clima do destino; cultura e história; oferta de atividades, eventos especiais e entretenimento; superestrutura (que para os autores inclui a infraestrutura de hospedagem, alimentação, transporte e outros serviços turísticos) e, por fim, as relações de mercado, que têm a ver com conexões entre residentes e potenciais turistas”.
Fatores e recursos de suporte.	Estão diretamente conectados ao critério anterior, “são aqueles itens básicos no desenvolvimento do turismo, complementares à simples existência de recursos e atrativos. Dividem-se em infraestrutura (que envolve diversos fatores, como sistema de transporte, segurança, saneamento, sistema de eletricidade, telecomunicações, sistema de saúde, etc.); acessibilidade (estradas, companhias de transporte, etc.); recursos facilitadores (tais como a disponibilidade e a qualidade dos recursos humanos, as instituições de educação e pesquisa, o capital físico disponível, etc.); hospitalidade; empreendedorismo e vontade política (que envolve a atitude do governo ante o setor ou a inclusão do turismo na agenda política)”.

Política do destino, planejamento e desenvolvimento.	Este critério “tem relação com a definição de estratégias rumo à estruturação e ao desenvolvimento do turismo. Envolvem as categorias: sistema de definição do destino (ligado ao estabelecimento de estratégias comuns aos diferentes atores do turismo); filosofia e valores; visão; posicionamento/branding; desenvolvimento; análise competitiva/colaborativa; monitoramento e avaliação e auditoria”.
Gestão do destino	Está diretamente conectado ao critério anterior, “envolve as atividades de implementação das ações definidas pela política e/ou planejamento. Inclui categorias ligadas a organização; marketing; qualidade de serviço/experiência; informação e pesquisa; desenvolvimento de recursos humanos; recursos financeiros; gestão de visitantes; manejo de recursos e gestão de crises”.
Determinantes qualificadores e de potencialização.	“São aqueles fatores que estão fora do escopo das dimensões anteriores e, muitas vezes, além do controle e da influência do setor turístico. Entre os fatores mais significativos, os autores destacam a localização; a segurança; os custos; as interdependências; a sensibilização/imagem e a capacidade de carga”.

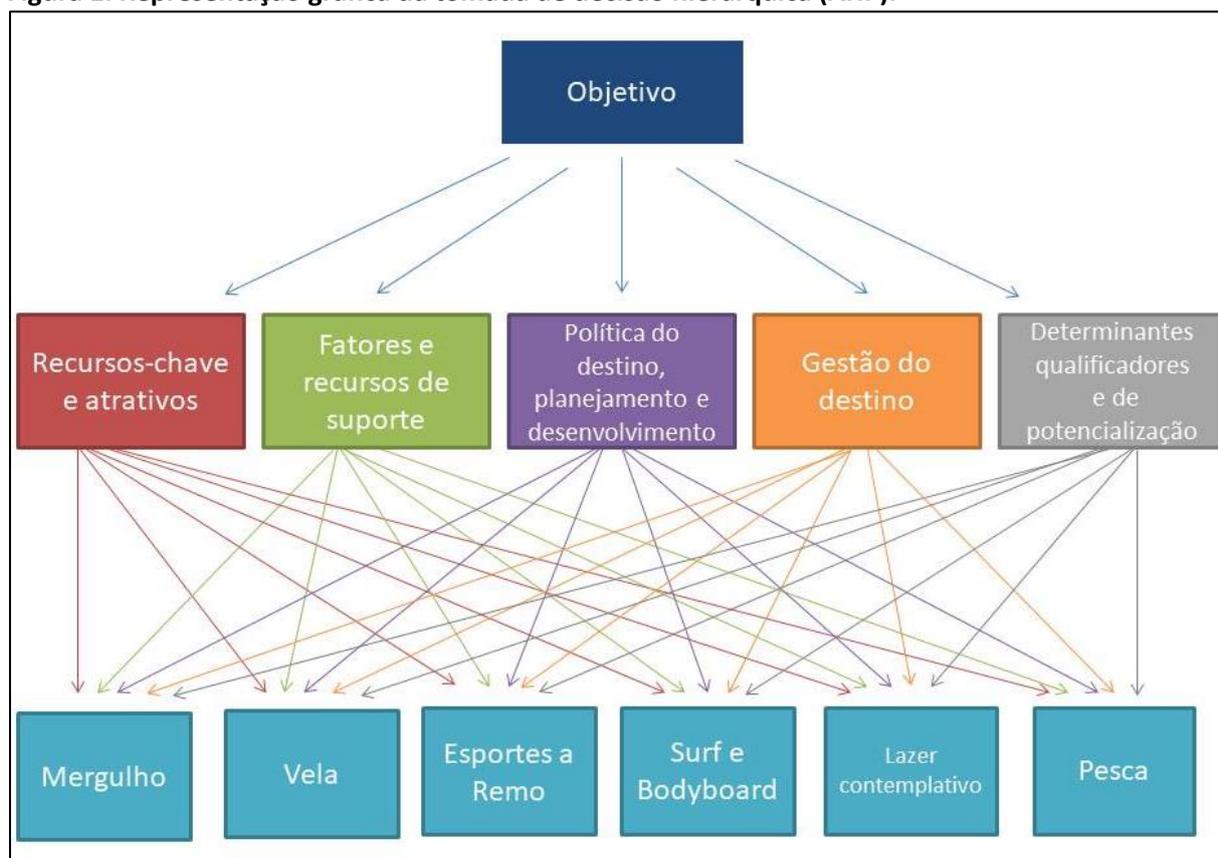
Fonte: Adaptado de Sette, I., Uvinha, R., & Santos (2017)

Por fim, as alternativas são os seis principais nichos de turismo náutico encontrados na cidade:

- Turismo de lazer contemplativo: turismo náutico essencialmente contemplativo; inclui passeio e aluguel de barco.
- Turismo de vela: os esportes a vela, como iatismo e windsurfe, são o atrativo principal da viagem (incluindo viajantes em cruzeiro, praticantes de vela, acompanhantes ou espectadores).
- Turismo de esportes a remo: os esportes a remo, como a canoa havaiana (VA’A), o SUP e o remo olímpico, são o atrativo principal da viagem (para praticantes, acompanhantes ou espectadores).
- Turismo de surfe e bodyboard: o surfe e bodyboard são os atrativos principais da viagem (para praticantes, acompanhantes ou espectadores).
- Turismo de pesca: atividades de pesca são a motivação principal da viagem.
- Turismo de mergulho: atividades de mergulho são a motivação principal da viagem

A figura 1 resume o modelo proposto.

Figura 1. Representação gráfica da tomada de decisão hierárquica (AHP).



Na primeira etapa da AHP é necessário identificar o grau de importância dos critérios em relação ao objetivo geral dentro da estrutura hierárquica. Assim, dois especialistas realizaram uma análise pareada dos critérios. Para a atribuição dos valores de intensidade de importância para competitividade dos nichos, foram geradas matrizes de comparação paritária e os respectivos vetores de prioridade relativa para cada um dos critérios.

Para segunda etapa, análise das alternativas, foi utilizada a opção do *rating model*, disponível software *Super Decisions*. Nesse modelo, a estrutura de avaliação é configurada e cada alternativa é avaliada quanto ao seu desempenho em cada critério. Essa opção deve ser usada quando há um grande número de alternativas e critérios, tornando a análise pareada muito extensa e demorada (SuperDecisions software, 2017). Adicionalmente, para que de fato haja uma avaliação confiável, essa classificação deve ser feita por especialistas da área. Desse modo, foi elaborado um questionário (Anexo I) para que cada nicho fosse avaliado em cada um dos cinco critérios. Foi utilizada uma escala de cinco níveis oferecida pelo software, de excelente a fraco, com valores pré-definidos conforme quadro 2.

Quadro 2. Escala para classificação dos nichos.

Escala	Valores	Gráfico
Excelente	1	
Acima da Média	0,6643	
Mediano	0,3061	
Abaixo da Média	0,1263	
Fraco	0,0647	

Cabe ainda mencionar que, para a confecção do questionário, os critérios foram adaptados de acordo com matriz SWOT (Anexo II) elaborada para o desenvolvimento do turismo náutico em Niterói, apresentada no ao final do relatório do mapeamento supracitado.

O questionário foi respondido por seis especialistas das áreas de turismo e gestão, com conhecimentos profundos a respeito da cidade de Niterói, que acompanharam as etapas e os resultados anteriores do projeto. Em seguida, foi calculada a média das respostas para cada par de nicho-critério e os valores foram imputados nos software. Os resultados obtidos, com as prioridades serão discutidos na seção dos resultados.

2.2 Análise da Atratividade dos Nichos de turismo náutico para Niterói

Conforme mencionado no primeiro relatório deste projeto (Cavalheiro, Luz, et al., 2021), não existe um histórico consolidado com estatísticas dos eventos ou dos dados de impacto econômico do turismo na cidade. Com isso, análise da atratividade ficou limitada a aplicação de um *expert panel* (painel com especialistas). Neste painel foram avaliados seis critérios, conforme apresentados abaixo:

- **Investimentos necessários:** custos de novos investimentos necessários para o desenvolvimento do turismo no nicho indicado.
- **Impacto econômico:** impactos econômicos positivos e menor tempo de retorno para a cidade.

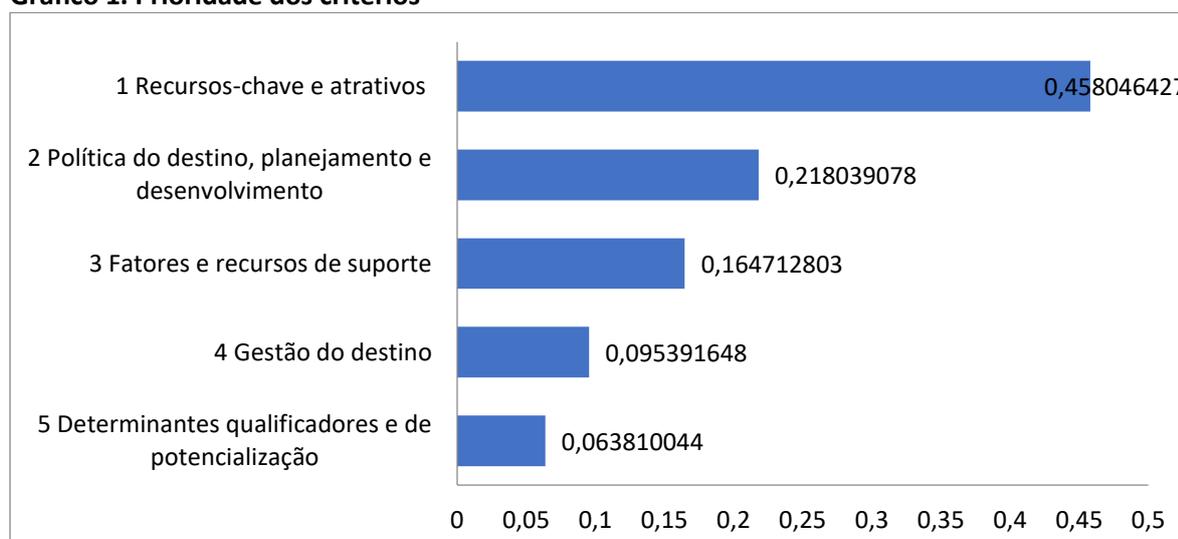
- **Visibilidade para a cidade:** potencial de visibilidade positiva do nicho para a cidade.
- **Impacto ambiental:** impacto ambiental negativo do desenvolvimento do nicho.
- **Impacto social:** impacto social negativo do desenvolvimento do nicho, com reflexos na comunidade local. Por exemplo: crescimento desordenado da atividade, segurança no mar, turismo irresponsável etc.
- **Complexidade da gestão:** necessidade de mobilização de recursos complexos para o estabelecimento da atividade.

O painel contou com a opinião de seis especialistas, que avaliaram individualmente cada critério, de forma a mitigar possíveis vieses de julgamento em grupo (Larrick, 2004). Cada nicho foi avaliado em cada critério em uma escala de cinco níveis (de baixo a alto). Para essa escala foram utilizados os mesmos valores do quadro 2. As médias das respostas foram então analisadas de forma descritiva e serão apresentadas na próxima seção.

3. Resultados

3.1 Resultado do processo de análise hierárquica.

Conforme explicado na seção da metodologia, para análise da competitividade dos nichos de Turismo Náutico de Lazer e esportes de Niterói foi utilizado um modelo de AHP. Na primeira etapa dessa análise foram realizadas comparações entre os pares de critérios, a fim de determinar a intensidade da importância relativa de um critério sobre o outro. Os valores obtidos, já normalizados, são apresentados no gráfico 1.

Gráfico 1. Prioridade dos critérios

Portanto, a ordem de prioridade decrescente para os critérios adotados na AHP foi: Recursos-chave e atrativos (0,458); Política do destino, planejamento e desenvolvimento (0,218); Fatores e recursos de suporte (0,164); Gestão do destino (0,095); e Determinantes qualificadores e de potencialização (0,064). Ou seja, “Recursos-chave e atrativos” é o critério considerado mais importante e “Determinantes qualificadores e de potencialização”, o menos importante para competitividade dos nichos.

Na segunda etapa os seis nichos foram avaliados de acordo com cada um dos critérios. As médias dos valores atribuídos pelos especialistas estão reunidas no quadro 3:

Quadro 3. Avaliação das alternativas de acordo com os critérios

Alternativas	Recursos-chave e atrativos	Fatores e recursos de suporte	Política do destino, planejamento e desenvolvimento	Gestão do destino	Determinantes qualificadores e de potencialização
Turismo de vela	0,944	0,8321	0,6009	0,7127	0,8321
Turismo de esportes a remo	0,944	0,7762	0,6006	0,5449	0,7202
Turismo de surfe e bodyboard	0,6568	0,5412	0,3955	0,4852	0,6605
Turismo de pesca	0,4552	0,3853	0,2254	0,1954	0,2656
Turismo de lazer contemplativo	0,3658	0,1862	0,2057	0,385	0,2759
Turismo de mergulho	0,1058	0,1255	0,0085	0,075	0,0647

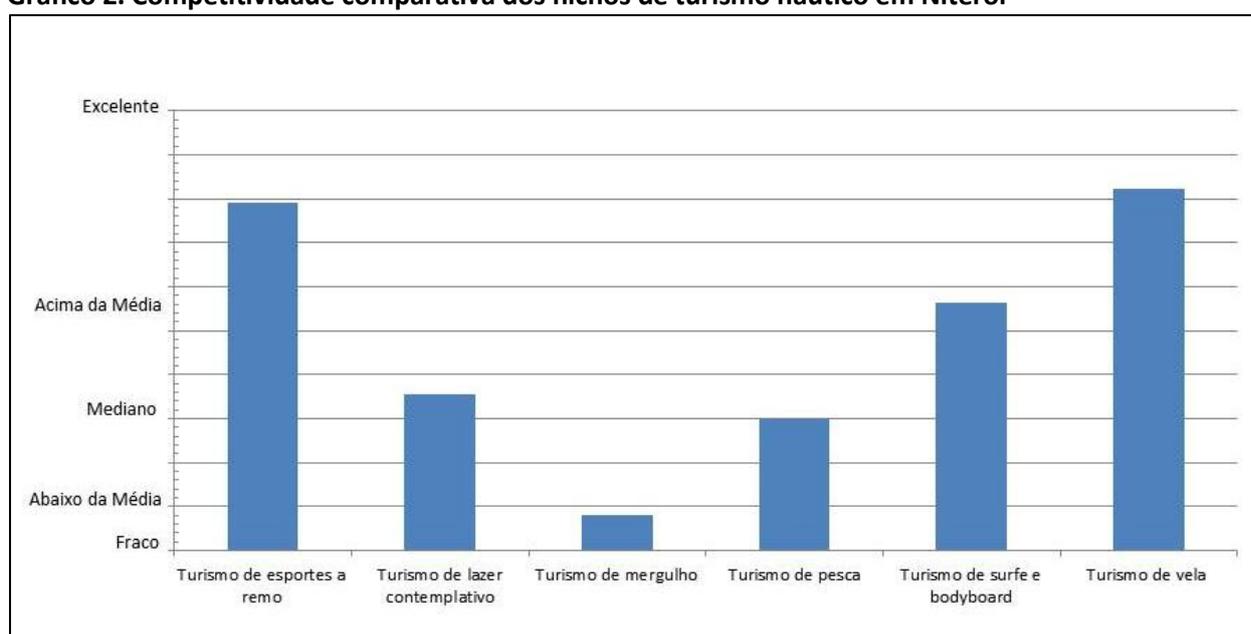
Após a modelagem, a ordem de prioridade obtida para as alternativas (nichos) foi a seguinte: Turismo de vela (0,282); Turismo de esportes a remo (0,271); Turismo de surfe e bodyboard (0,194); Turismo de lazer contemplativo (0,123); Turismo de pesca (0,1021); Turismo de mergulho (0,028). Estes valores encontram-se no quadro 4.

Quadro 4. Prioridade das alternativas

Alternativas	Valor da prioridade relativa	Valor normalizado
Turismo de vela	0,8216	0,2822
Turismo de esportes a remo	0,7892	0,271
Turismo de surfe e bodyboard	0,5647	0,1939
Turismo de lazer contemplativo	0,3567	0,1225
Turismo de pesca	0,2974	0,1021
Turismo de mergulho	0,0823	0,0283

Os valores da prioridade relativa, apresentados acima representam a importância do nicho quando comparado a um nicho ideal. Assim, de acordo com a AHP, o nicho Turismo de Vela atingiu um patamar de aproximadamente 82% quando comparado a um nicho modelo (imaginário) avaliado como em excelente em todos os critérios. De modo análogo, o Turismo de esportes a remo atingiu um patamar de aproximadamente 79%. O gráfico 2 foi criado para ilustrar os níveis comparativos de cada um dos nichos.

Gráfico 2. Competitividade comparativa dos nichos de turismo náutico em Niterói



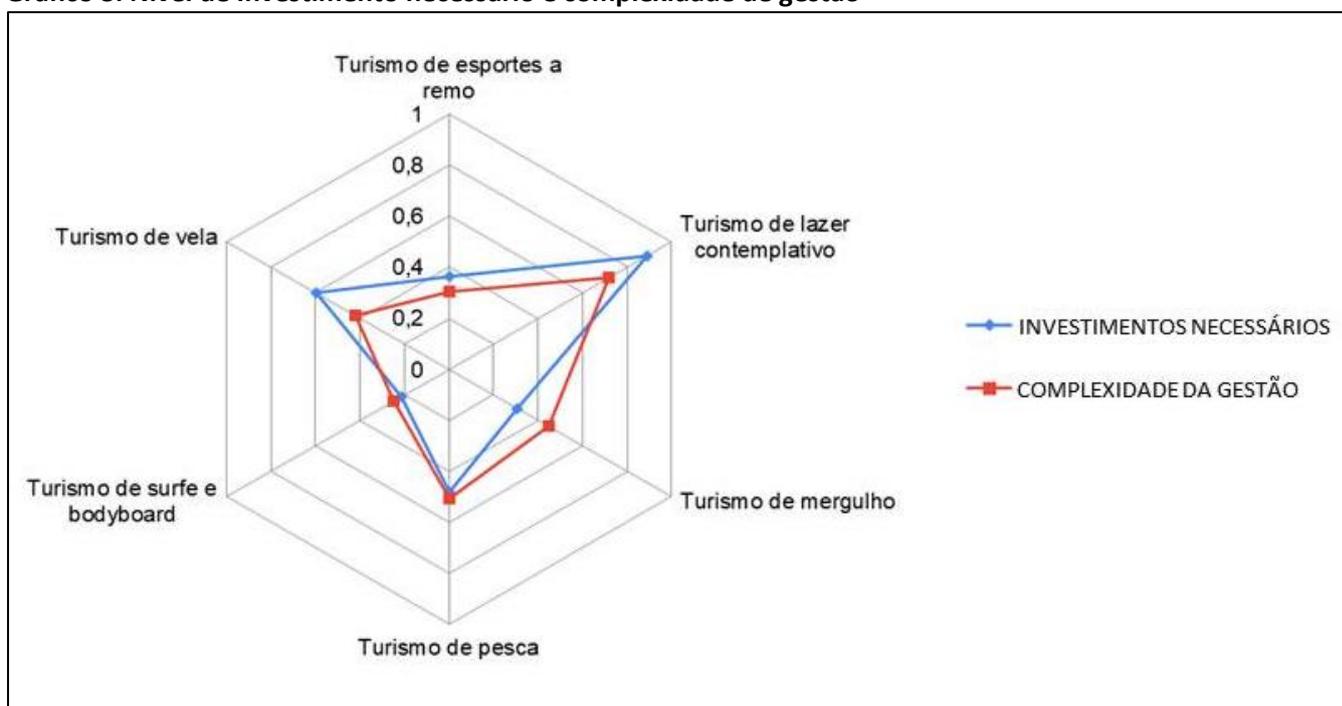
3.2 Estudo dos nichos de Turismo Náutico de Lazer e esportes de Niterói segundo o grau de atratividade.

A análise da atratividade foi realizada com a aplicação de um *expert panel* (painel com especialistas). Os resultados obtidos em cada critério para as alternativas serão descritos abaixo.

Investimentos necessários e complexidade de gestão

Embora Niterói apresente potencial para desenvolver os seis nichos de turismo náutico, investimentos financeiros seriam necessários para promover esse turismo de forma competitiva. Além dos recursos financeiros existe também a necessidade de mobilização de recursos complexos para o estabelecimento da atividade. O gráfico 3 apresenta os diferentes graus de investimento e a complexidade de gestão de acordo com os nichos.

Gráfico 3. Nível de Investimento necessário e complexidade de gestão

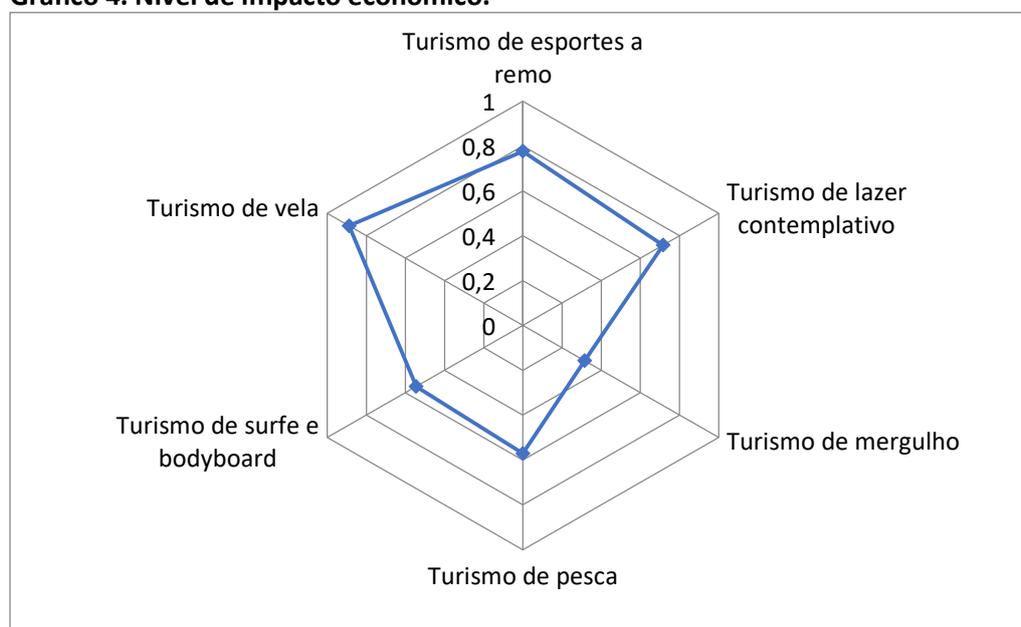


Assim, podemos observar que dentre os nichos de turismo náutico, o turismo de esportes a remo, o de mergulho e o de surf e bodyboard são os que exigiram menores investimentos imediatos. Por outro lado, o turismo de lazer contemplativo é o nicho que precisaria de mais investimentos e apresenta a gestão mais complexa.

Impacto econômico

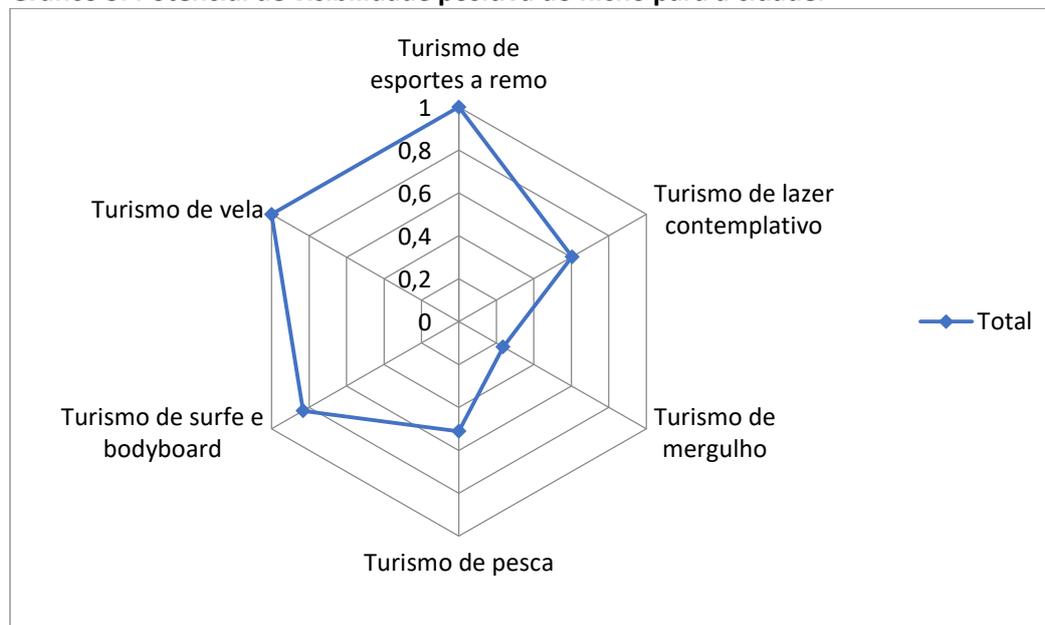
Outro aspecto que deve ser levado em consideração para definição dos nichos a serem priorizados é o impacto econômico que a atividade trará para cidade, assim como o menor tempo de retorno dos investimentos. De fato o turismo náutico pode trazer diversas vantagens socioeconômicas para o destino, como novas oportunidades de emprego, novas oportunidades de empreendedorismo, investimentos privados e renda para cidade. Nesse contexto, conforme observado no gráfico 4, o turismo de esportes a vela, o de esportes a remo e o de lazer contemplativo seriam os nichos que, se desenvolvidos de forma apropriada, trariam maior impacto econômico para Niterói.

Gráfico 4. Nível de impacto econômico.



Visibilidade para a cidade

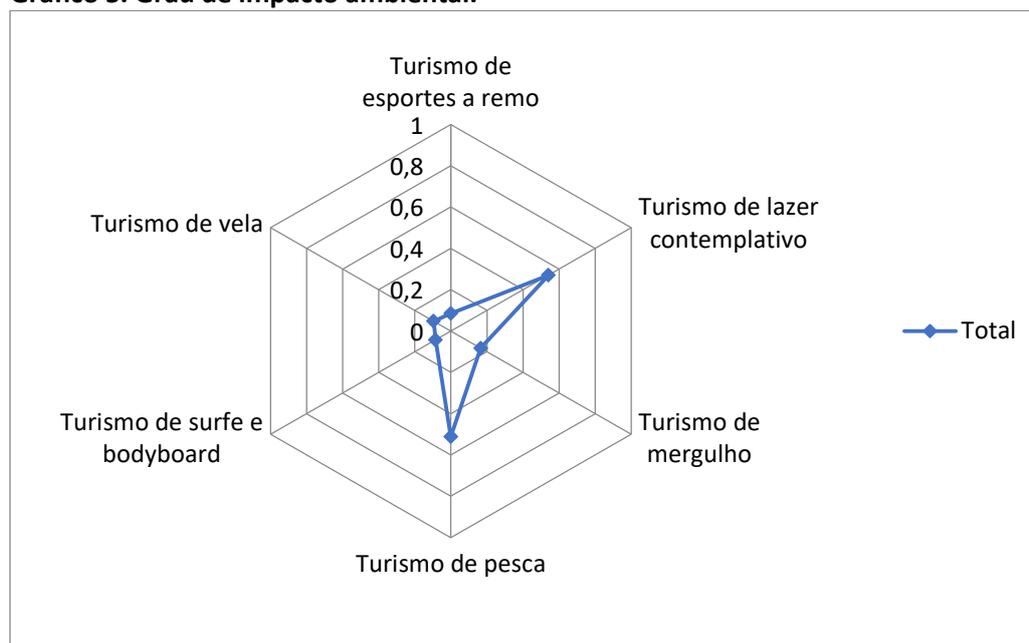
Como foi observado na introdução deste documento, devido a grande competitividade entre os destinos turísticos, torna-se necessário que os locais encontrem nichos específicos para criar uma identidade que os diferencie de seus concorrentes. Assim, um critério importante para definir os nichos prioritários é a visibilidade que este nicho trará para cidade de Niterói. No gráfico 5 verifica-se que o turismo de esportes a remo e o turismo de vela são os mais promissores quanto ao retorno em visibilidade positiva para o município.

Gráfico 5. Potencial de visibilidade positiva do nicho para a cidade.

Impacto ambiental

O Turismo é uma atividade que pode trazer diversos impactos positivos e negativos para o destino. Um dos impactos negativos mais evidentes é o ambiental. A movimentação desordenada de pessoas pode causar consequências prejudiciais ao meio ambiente, como a poluição e a extinção recursos naturais escassos. Apesar do turismo náutico de lazer e esportes ser considerado de baixo impacto ambiental, dentre os nichos analisados, o turismo de lazer contemplativo e o de pesca são os que apesentam maior risco de impactar negativamente o meio ambiente.

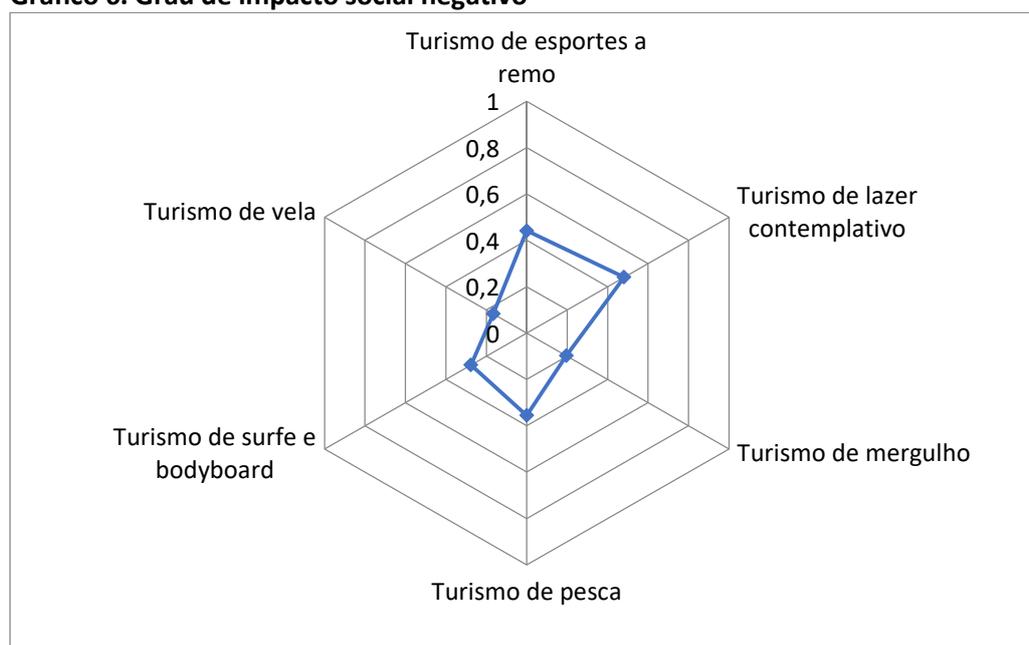
Gráfico 5. Grau de impacto ambiental.



Impacto social

Outro impacto negativo que o turismo pode trazer para o destino é o social, como disputa por terra, água e outros recursos e mudanças socioculturais indesejadas. No caso do turismo náutico alguns fatores como crescimento desordenado da atividade, falta de segurança no mar e o turismo irresponsável podem resultar em impactos sociais negativos. Conforme apresentado no gráfico 6, segundo a opinião dos especialistas, os nichos de turismo náutico em Niterói apresentam um risco de impacto social abaixo da média, sendo que os de esportes a remo e de lazer contemplativo apresentam maior chance de conflitos sociais.

Gráfico 6. Grau de impacto social negativo



A partir da combinação das análises da AHP de competitividade e do *expert panel* da atratividade dos nichos de turismo náutico para cidade de Niterói, podemos considerar como prioritários o **turismo de vela** e o **turismo de esportes a remo**. Nestes nichos a cidade de Niterói apresenta uma competitividade próxima a excelente (ideal). Adicionalmente, ambos os nichos são atrativos, pois oferecem boas oportunidades de visibilidade e impactos econômicos para cidade, exigem baixo investimento por parte do poder público e apresentam baixos impactos negativos (ambientais e sociais).

4. Considerações finais

O presente relatório, que faz parte da sexta etapa do projeto de pesquisa aplicado “Mapeamento e promoção do turismo náutico em Niterói” foi elaborado com o objetivo de analisar a competitividade e a atratividade de nichos de turismo náutico para a cidade de Niterói. Com esta finalidade, foram utilizadas duas metodologias, o processo de análise hierárquica e um painel com especialistas, e a partir os resultados encontrados foram definidos os nichos prioritários para serem desenvolvidos no município.

Por meio da combinação das análises, que levaram em conta critérios como aspectos positivos e negativos da cidade, grau de investimento necessário, além dos impactos

positivos e negativos dessas atividades para o município, concluiu-se que os nichos de turismo náutico prioritários para Niterói são o turismo de vela e o turismo de esportes a remo. Tais nichos são os recomendados para desenvolvimento de curto e médio prazo, recebendo assim mais recursos e esforços imediatos.

Assim, os resultados indicados neste estudo, além de servirem como fonte de consulta para o poder público e privado no desenvolvimento do turismo náutico na cidade de Niterói, também trazem o direcionamento para a próxima etapa deste projeto. Desta forma, o plano de ações previsto nas próximas etapas do projeto será focado nos nichos prioritários.

Por fim, cabe destacar que priorizar não significa ignorar ou abandonar os demais nichos. Todos os tipos de turismo náutico analisados aqui apresentam um significativo potencial para serem desenvolvidos na cidade e podem receber futura atenção para seu desenvolvimento.

Referências

- Cavalheiro, M. B., Feder Mayer, V., & Luz, A. B. T. (2021). Nautical Sports Tourism: Improving People's Wellbeing and Recovering Tourism Destinations. In A. R. C. Perinotto, V. F. Mayer, & J. R. R. Soares (Eds.), *Rebuilding and Restructuring the Tourism Industry: Infusion of Happiness and Quality of Life* (pp. 130–156). IGI Global.
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7239-9.ch007>
- Cavalheiro, M. B., Luz, A. B. T., & Mayer, V. F. (2021). *Turismo Náutico em Niterói: Levantamento Documental*. <http://turismonautico.uff.br/2021/05/07/relatorio-do-levantamento-documental-sobre-esportes-nauticos-em-niteroi-e-sobre-iniciativas-de-turismo-nautico-no-brasil/>
- Cavalheiro, M. B., Mayer, V. F., & Luz, A. B. T. (2021). *Turismo náutico em Niterói: Mapeamento da oferta*. http://turismonautico.uff.br/wp-content/uploads/sites/380/2021/08/Relatorio-do-MAPEAMENTO_PDPA-4455_.pdf
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27–45. <https://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Crouch, Geoffrey I. (2007). *Modelling destination competitiveness : A Survey and Analysis of*

the Impact of Competitiveness Attributes. CRC for Sustainable Tourism. internal-pdf://crouch_modeldestncomp-web-2230320291/Crouch_modelDestnComp-web.pdf
LB - competitiveness destination

Favretto, J. ., & Nottar, L. A. (2016). Utilização da metodologia Analytic Hierarchy Process (AHP) na definição de um software acadêmico para uma Instituição de Ensino Superior do Oeste Catarinense. *Sistemas & Gestão*, 11(2), 183–191.

<https://doi.org/10.20985/1980-5160.2016.v11n2.881>

Larrick, R. P. (2004). Debiasing. In *Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making* (pp. 316–338). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1002/9780470752937.ch16>

Morgan, N., Pritchard, A., & Piggott, R. (2002). New Zealand, 100% Pure. The creation of a powerful niche destination brand. *Journal of Brand Management*, 9(4), 335–354.

<https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540082>

OECD. (2020). Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recovery. In *OECD Economic Outlook* (Vol. 2020, Issue 2). <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>

Sette, I., Uvinha, R., & Santos, G. (2017). Modelos de competitividade de destinos turísticos: evolução e críticas. Observatório de Inovação do Turismo. *Revista Acadêmica*, 11(1), 93–115.

SuperDecisions software. (2017). *Tutorial on Hierarchical Decision Models (AHP)*.

https://superdecisions.com/manuals/index.php?section=2_8

UNCTAD. (2020). *The COVID-19 Pandemic and the Blue Economy: New challenges and prospects for recovery and resilience*. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctedinf2020d2_en.pdf

Anexo I – Questionário - *Rating Model*

Análise Hierárquica de Processo - Rating Model com especialistas do Projeto Turismo Náutico

Na primeira seção do formulário você irá avaliar **COMPETITIVIDADE** de Niterói para o desenvolvimento do turismo em nichos específicos de turismo náutico de lazer e esportes. Para cada um dos critérios definidos, você deverá avaliar a cidade de Niterói de acordo com os nichos específicos de turismo náutico. Por exemplo: Considerando o "CRITÉRIO 1 - RECURSOS-CHAVE E ATRATIVOS", a cidade de Niterói é "fraca", "abaixo da média", "mediana", "boa" ou "excelente" para o nicho do turismo de mergulho?

Na segunda seção do questionário você irá avaliar a **ATRATIVIDADE** de cada um dos nichos.

CRITÉRIO 1 - RECURSOS-CHAVE E ATRATIVOS. Considerar: Eventos (ou competições); Aspectos naturais e físicos (clima, qualidade de água, paisagem e cenário, flora e fauna, fenômenos naturais, etc.); Atrativos culturais; Oportunidades e variedades de experiências; centros de treinamento e alojamentos para atletas; infraestrutura específica para atividade (piers, clubes, equipamentos etc.) *

	Fraco	Abaixo da média	Mediano	Bom	Excelente
Turismo de Mergulho	<input type="radio"/>				
Turismo de Vela (Barcos a vela e Windsurf)	<input type="radio"/>				
Turismo de Remo e Canoa Havaiana	<input type="radio"/>				
Turismo de surfe e bodyboard	<input type="radio"/>				
Turismo de passeio	<input type="radio"/>				
Turismo de Pesca	<input type="radio"/>				

CRITÉRIO 2 - FATORES E RECURSOS DE SUPORTE. Considerar: Infraestrutura de acesso à cada atividade náutica; Recursos facilitadores (humanos, de conhecimento, financeiro e governamentais); Hospitalidade e simpatia dos atletas e prestadores de serviço da atividade específica; Iniciativas no desenvolvimento de novos empreendimentos voltados para o nicho específico. *

	Fraco	Abaixo da média	Mediano	Bom	Excelente
Turismo de Mergulho	<input type="radio"/>				
Turismo de Vela (Barcos a vela e Windsurf)	<input type="radio"/>				
Turismo de Remo e Canoa Havaiana	<input type="radio"/>				
Turismo de surfe e bodyboard	<input type="radio"/>				
Turismo de passeio	<input type="radio"/>				
Turismo de Pesca	<input type="radio"/>				

CRITÉRIO 3 - POLÍTICA DO DESTINO, PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO.
 Considerar: Posicionamento e Branding (atividade atrelada a imagem ou identidade da cidade, onde Niterói tem algum diferencial); Análise competitiva / colaborativa (posição da cidade em relação aos destinos concorrentes nos respectivos nichos). *

	Fraco	Abaixo da média	Mediano	Bom	Excelente
Turismo de Mergulho	<input type="radio"/>				
Turismo de Vela (Barcos a vela e Windsurf)	<input type="radio"/>				
Turismo de Remo e Canoa Havaiana	<input type="radio"/>				
Turismo de surfe e bodyboard	<input type="radio"/>				
Turismo de passeio	<input type="radio"/>				
Turismo de Pesca	<input type="radio"/>				

CRITÉRIO 4 - GESTÃO DO DESTINO. Considerar: Qualidade do serviço/ experiência como um todo; Informação e pesquisas sobre o perfil dos visitantes interessados no nicho específico; Programas para treinamento de mão de obra especializada; Preservação dos recursos essenciais para as respectivas atividades. *

	Fraco	Abaixo da média	Mediano	Bom	Excelente
Turismo de Mergulho	<input type="radio"/>				
Turismo de Vela (Barcos a vela e Windsurf)	<input type="radio"/>				
Turismo de Remo e Canoa Havaiana	<input type="radio"/>				
Turismo de surfe e bodyboard	<input type="radio"/>				
Turismo de passeio	<input type="radio"/>				
Turismo de Pesca	<input type="radio"/>				

CRITÉRIO 5 - DETERMINANTES QUALIFICADORES E DE POTENCIALIZAÇÃO.
 Considerar: Até que ponto o destino é conhecido e desejado pelo público-alvo de cada nicho; Valor percebido da experiência. *

	Fraco	Abaixo da média	Mediano	Bom	Excelente
Turismo de Mergulho	<input type="radio"/>				
Turismo de Vela (Barcos a vela e Windsurf)	<input type="radio"/>				
Turismo de Remo e Canoa Havaiana	<input type="radio"/>				
Turismo de surfe e bodyboard	<input type="radio"/>				
Turismo de passeio	<input type="radio"/>				
Turismo de Pesca	<input type="radio"/>				

Anexo II – Matriz SWOT (Cavalheiro, Mayer, et al., 2021)

	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
	FORÇAS	FRAQUEZAS
Fatores Ambientais de Niterói	<p>Ambiente natural</p> <ul style="list-style-type: none"> Litoral recortado, belezas naturais e localização favorável para o turismo náutico. Praias da Baía abrigadas e favoráveis ao treinamento e prática esportiva Melhoria das condições de balneabilidade Praias oceânicas com boas condições para diferentes atividades Pontos para pesca esportiva e mergulho <p>Cultura Náutica e esportiva</p> <ul style="list-style-type: none"> Atletas de destaque em esportes náuticos como o Vela, Va'a, SUP, Windsurf, Surf, Bodyboard e Natação em águas abertas. Quantidade e qualidade de clubes e iniciativas esportivas com conhecimento maduro e capacidade de desenvolvimento, com mais de 220 pontos registrados em todo o território costeiro da cidade. Empreendedorismo esportivo em ascensão trazendo visibilidade para a cidade <p>Cadeia produtiva</p> <ul style="list-style-type: none"> Recursos humanos com conhecimento em lazer e esportes náuticos Prestadores de serviços de manutenção de embarcações Varejo especializado em pesca, Va'a e equipamentos náuticos em geral Recursos humanos bem preparados na vela (Projeto Grael e Pré Vela) <p>Infraestrutura Náutica</p> <ul style="list-style-type: none"> late clubes tradicionais bem localizados e equipados, com boa estrutura para realizar eventos e de receptivo para velejadores em cruzeiro. <p>Apoio dos Stakeholders</p> <ul style="list-style-type: none"> Confiança de stakeholders no potencial da cidade para o turismo náutico <p>Imagem da cidade</p> <ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento da cidade como um importante pólo em segmentos náuticos esportivos (a cidade va'a; campeã da vela; as ondas grandes de Itacoatiara) <p>Eventos esportivos</p> <ul style="list-style-type: none"> A cidade já possui tradição em sediar eventos, como regatas e competições de va'a, surf, natação no mar. Já existem importantes eventos programados (Vela show, Nikite Va'a, entre outros). <p>Avanço da vacinação da Covid-19</p> <ul style="list-style-type: none"> Cidade tem alta taxa adultos vacinados 	<p>Ambiente Natural</p> <ul style="list-style-type: none"> Qualidade da água da Baía de Guanabara <p>Infraestrutura Náutica</p> <ul style="list-style-type: none"> Não existem marinas públicas Faltam pontos de parada para embarcações de turismo em locais estratégicos da cidade (próximos a restaurantes, monumentos históricos) Localização desvantajosa do píer proposto no atual projeto da orla de SF e CH. Centro da cidade, onde está o caminho Niemeyer, está desordenado e sem segurança para turistas. <p>Segurança no mar</p> <ul style="list-style-type: none"> Crescimento rápido do Va'a trouxe um grande número de praticantes sem noções básicas de navegação, prevenção de acidentes e atuação em situações de risco (primeiros socorros, afogamentos). Movimento desordenado de Jet skis, principalmente na lagoa de Itaipu, colocando praticantes de outros esportes em risco. Falta de conscientização da população em geral em relação aos riscos relacionados à prática de esportes no mar. <p>Conflitos potenciais e ordenamento</p> <ul style="list-style-type: none"> Ocupação de praias, como a de Itaipu, por embarcações do Va'a, afeta a pesca tradicional. <p>Sustentabilidade</p> <ul style="list-style-type: none"> Crescimento desordenado do turismo náutico pode comprometer a sustentabilidade ambiental. Assoreamento do canal, diminuído o espelho d'água e piorando a qualidade de água. Necessidade de atenção com manejo de resíduos deixados pelas embarcações e despejo de esgoto em praias e lagoas. Falta de estímulos específicos a empreendedores náuticos pode comprometer a sustentabilidade financeira. <p>Invisibilidade do Turismo Náutico e Esportivo</p> <ul style="list-style-type: none"> Invisibilidade do setor Desconhecimento do potencial pela comunidade local Falta de investimento e de produtos turísticos

	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Fatores Ambientais Externos	<p>Comportamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Busca por experiências e prática de esportes ao ar livre, mais saúde e bem-estar, em virtude da pandemia • Mais pessoas adotando barcos como moradia e incorporando viagens náuticas ao seu estilo de vida • Nômades digitais – trabalho virtual acelerado com a pandemia <p>Esportes Náuticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Popularização de esportes náuticos e ampliação da base de simpatizantes, praticantes e atletas • Mercado de embarcações para prática de esportes está aquecido, em especial o Va'a <p>Mercado Náutico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novos produtos turísticos em ascensão, como roteiros incluindo experiências náuticas e esportivas (turismo de canoa) • Mercado de aluguel e vendas de embarcações está aquecido <p>Covid-19</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avanço da Vacinação • Retomada de Eventos esportivos • Retomada do turismo 	<p>Destinos concorrentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muitos destinos tradicionais de turismo náutico, com boa estrutura náutica e/ou cultura esportiva, estão preparados para atender às novas tendências de comportamento em lazer, esportes e trabalho virtual, bem como receber eventos (Ilha bela, Bertioiga, Ubatuba, Itajaí) • Proximidade com a cidade do Rio de Janeiro, um destino turístico tradicional que concentra um mais opções de hospedagens, serviços culturais e de alimentação, estrutura turística e náutica. <p>Legislação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Complexidade da legislação em nível Federal, Estadual e Municipal para empreendedores que pretendam investir, resultando em grande informalidade no setor. • Falta um tratamento específico das NORMANs atuais para regulamentar o turismo náutico. <p>Segurança no mar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento da procura pelas praias oceânicas trás riscos a turistas e visitantes que desconhecem as condições do mar e seus riscos. <p>Pressão social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resistencia de grupos organizados da sociedade à construção de marinas <p>Covid-19</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novas variantes do vírus, com maior poder de contágio ameaçando a retomada do turismo e dos eventos.