

SANTOS E REGIÃO CONVENTION & VISITORS BUREAU

PESQUISA SOBRE O PERFIL DO TURISTA EM TRÂNSITO NO TERMINAL DE PASSAGEIROS DA CONCAIS – NESE 2004

INTRODUÇÃO

O objetivo desta pesquisa é conhecer o perfil dos turistas que freqüentaram neste verão o terminal de passageiros da Concais, em Santos, por solicitação do Santos e Região Convention & Visitors Bureau.

A pesquisa foi realizada entre os dias 15 a 29 de janeiro de 2005, abrangendo na proporção relativa à freqüência de todos os navios que atracaram e zarparam de Santos, sendo entrevistadas 1.102 pessoas com idade superior a 16 anos quando do embarque, e dentro das instalações do terminal de passageiros. Esta amostra corresponde a uma margem de erro de 3% para mais ou para menos. O formulário é estruturado com perguntas abertas e fechadas e foi processado no sistema SPSS.

A pesquisa abrangeu apenas os não residentes nas cidades da região metropolitana de Santos, e em hipótese alguma se entrevistou mais de uma pessoa por família já que, em geral, a opinião é consenso familiar. Isso evita desvios no viés da tendência de opiniões.

Para um melhor entendimento, dividimos a entrevista em fases, sendo a primeira a descritiva, observando os aspectos pessoais e analisando-se o perfil do turista entrevistado, vindo posteriormente os aspectos relacionados à avaliação da expectativa e das eventuais avaliações quanto ao turismo realizado na cidade de Santos, motivado pela passagem destes turistas na cidade, sendo seguido da avaliação das questões da cidade no que tange a serviços prestados e finalmente a avaliação do próprio terminal de passageiros. Não foi objeto desta pesquisa avaliar a viagem ou a satisfação quanto à realização da mesma.

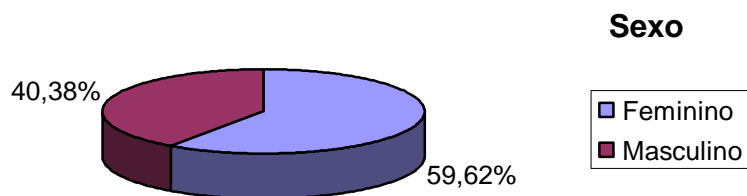
ASPECTOS PESSOAIS

O tópic “aspectos pessoais” demonstra as características comuns do turista, permitindo estabelecer um perfil predominante quanto a: sexo, estado civil, faixa etária, grau de instrução, renda familiar média mensal, procedência e meio de transporte utilizado para chegar à cidade de Santos.

Sexo dos pesquisados

A amostra foi realizada em 657 pessoas do sexo feminino (59,62%) e 445 do sexo masculino (40,38%), ou seja, prevalência de mulheres.

	n	%
Feminino	57	,62
Masculino	45	,38
Total	102	00

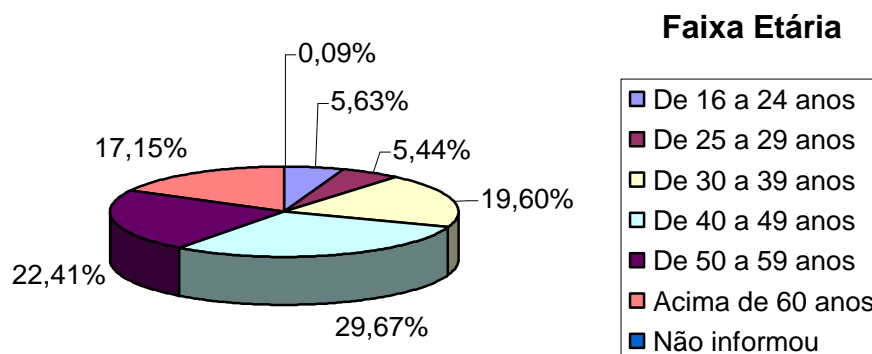


Faixa etária

A faixa etária dos participantes teve predominância entre os 40 e 49 anos, vindo a seguir as faixas entre os 50 e 59 anos, evidenciando boa predominância de faixas etárias elevadas, com 17,15% de pessoas acima de 60 anos. Há um número menor de jovens, devendo se destacar que a pesquisa somente abrangeu a idades acima de 16 anos. Pode-se, entretanto, afirmar que há boa distribuição na idade dos turistas e as variações apuradas são coerentes.

Idade	Prevalência	Percentual
anos	62	63

anos	60	44
anos	16	,60
anos	27	,67
anos	47	,41
0 anos	89	,15
ou	1	09
	102	00



Renda Familiar

A renda familiar informada pelos turistas apresentou média de R\$ 4.143,65, valor considerado elevado, se comparado à renda média nacional, mas compatível com o público pesquisado. As faixas de renda acima de R\$ 1.400,00 tiveram distribuições equilibradas, sendo fator de destaque, as rendas acima de R\$ 7.001,00.

renda	freqüência	percentual
00 até R\$ 800,00	16	45
00 até R\$ 1400,00	57	17
,00 até R\$ 2600,00	197	,88
,00 até R\$ 3500,00	149	,52
,00 até R\$ 4000,00	109	89
,00 até R\$ 4500,00	73	62
,00 até R\$ 5000,00	95	62
,00 até R\$ 7000,00	113	,25
\$ 7001,00	213	,33
aram	80	26
	1102	00

dia	R\$
am	2 pessoas
aram	2 pessoas
	143,65

Estado Civil

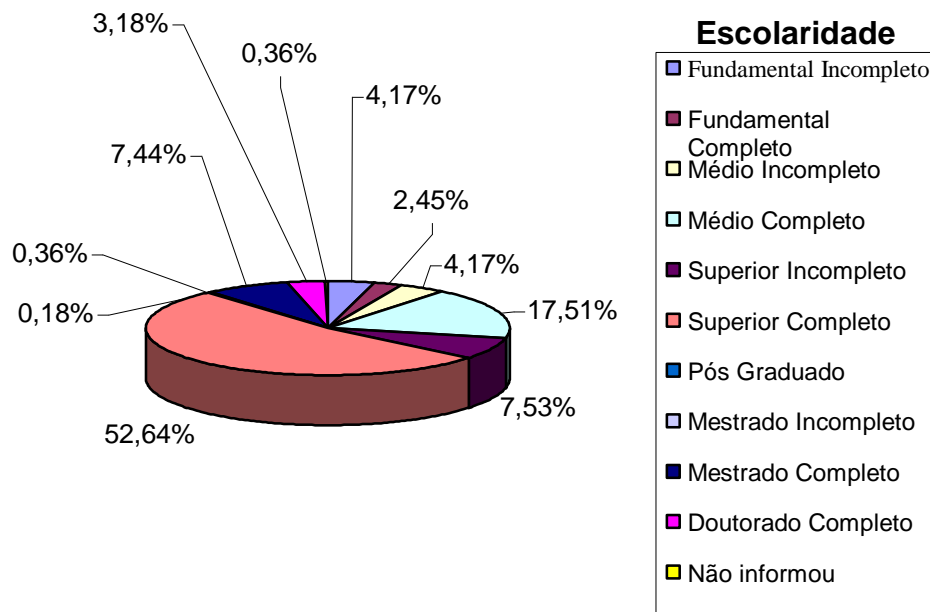
É predominante a condição de “casados”, com 64,7%, vindo a seguir os solteiros com 15,88%, sendo destaque a quantidade de viúvos e de pessoas em outras situações como separados e desquitados. Verifica-se, portanto a predominância de casados, mas boa frequência de pessoas com situações diferentes da condição de solteiro.

Estado Civil	Frequência	Porcentual
Casado	65	64,70
Solteiro	25	24,71
Viúvo	3	2,94
Separado	8	7,84
Desquitado	1	0,98
Total	102	100,0

Escolaridade

É clara a predominância de pessoas com escolaridade de nível superior com 52,63% de participação, seguido de longe por pessoas de nível de escolaridade até curso médio completo. Note-se a alta qualificação do público entrevistado, sendo registrado mais de 10% de pessoas com mestrado ou doutorado completo.

Nível de Escolaridade	Frequência	Porcentual
Ensino Fundamental Incompleto	17	16,67
Ensino Fundamental Completo	27	26,47
Ensino Médio Incompleto	17	16,67
Ensino Médio Completo	29	28,43
Ensino Superior	53	51,96
Graduação	30	29,41
Mestrado	2	1,96
Doutorado	4	3,92
Ensino Técnico Incompleto	2	1,96
Ensino Técnico Completo	22	21,57
Ensino Superior Completo	35	34,31
Total	102	100,0



Veículos de locomoção

Os transportes mais utilizados foram veículo próprio – automóvel e Van/Ônibus com mais de 80%, sendo que a tabela abaixo identifica outras formas de transporte citadas. Destaque-se que quase 30% vieram por conta das agências de viagem.

Forma de locomoção para chegar a Santos	Quantidade	Porcentagem
Veículo próprio-automóvel	69	84,48%
Por conta da agência	23	28,31%
Por conta própria	52	64,79%
Trazido por familiar	34	42,16%
	44	54,99%
	38	47,50%
	29	36,25%
Trazido por amigos	5	6,25%
Outro	3	3,75%
- alugado	2	2,50%
da DHL Express	2	2,50%
	1	1,25%
	102	127,50%

Procedência

O objetivo é conhecer as principais procedências dos turistas que freqüentaram o terminal de passageiros. Destaca-se a cidade de São Paulo com 26,68%, seguida por Campinas e Rio de Janeiro. Na segunda tabela verifica-se a procedência por estado, e foi constatada a presença de onze pessoas de outros países. Dos estados, excetuando São Paulo com 67,8%, verifica-se que Minas Gerais aparece como o segundo maior, entre os 19 estados.

Procedência	Quantidade	Porcentagem
São Paulo	33	26,68
Campinas	19	15,24
Rio de Janeiro	12	9,52
Montevidéu	6	4,76
Porto Alegre	4	3,17
Curitiba	4	3,17
Recife	2	1,57
Belo Horizonte	2	1,57
Porto do Pinhal	1	0,78
Brasília	1	0,78
Fortaleza	1	0,78
Outros	1	0,78
Total	102	100

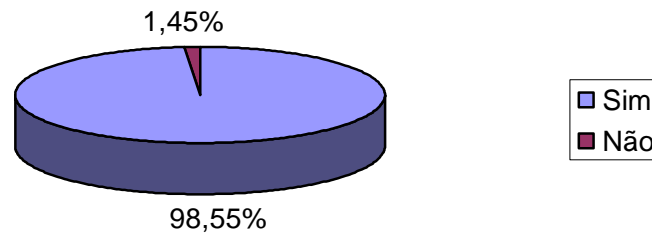
Estados	Quantidade	Porcentagem
São Paulo	67	67,79
Minas Gerais	14	14,62
Paraná	13	13,81
Rio de Janeiro	12	12,90
Santa Catarina	12	12,81
Maranhão	11	11,72
Pernambuco	10	10,81
Distrito Federal	13	13,18
Alagoas	12	12,09
Sergipe	11	11,00
Piauí	8	8,73
Goias	7	7,64
Mato Grosso do Sul	6	6,54
Mato Grosso	5	5,45
Rio Grande do Sul	3	3,27
Ceará	2	2,18
Bahia	2	2,18
Espírito Santo	1	1,09
Mato Grosso do Sul	1	1,09
Tocantins	1	1,09
Total	102	100

Agrupamentos

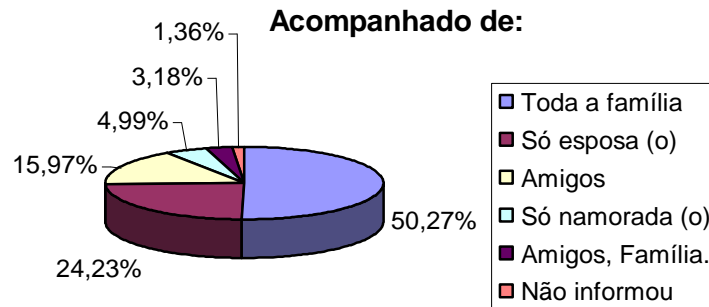
Praticamente este tipo de turista viaja acompanhado, sendo que apenas uma minoria afirmou viajar só. Dos acompanhados, mais de 50% estavam entre familiares e 24,23% viajavam somente com a esposa, levando os dados da família a mais de 70%.

acompanhados?	frequência	percentual
Sim	100	98,55
Não	2	1,45
	102	100

Vieram acompanhados de :



acompanhado de:	frequência	percentual
Família	54	52,7
Esposa(o)	27	26,7
Outros	16	15,7
Amigo da(o)	5	4,9
Outra família.	3	2,9
Outro	1	0,9
	102	100



DADOS RELATIVOS AO TURISMO LOCAL

Neste quesito procurou-se identificar a inter-relação entre a freqüência de vindas à cidade, e a exploração da cidade como ponto turístico nesta passagem, e assim avaliar motivações para a realização de passeios, compras, ou de permanecer de alguma forma na cidade. Assim, a partir desta permanência ou passeios, buscou-se obter informações que possam concluir pela satisfação ou motivos de descontentamento, ou ainda, se não houve esta inter-relação e a cidade foi utilizada apenas como um mero porto de embarque.

Freqüência de viagens

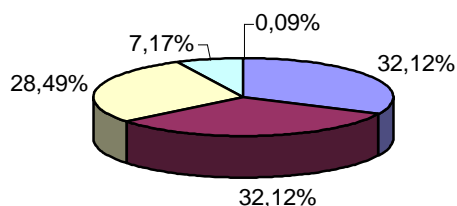
A maioria (55,17%) estava realizando a primeira viagem de transatlântico, verificando-se boa parcela de pessoas com duas ou mais viagens. E especificamente com quatro ou mais viagens foram 14,34%, um dado significativo para a aprovação do passeio.

primeira viagem de transatlântico ou já realizou outras?	freqüência	percentual
Sim	08	,17
Não	22	,15
Outras	13	,25
duas	58	,34
ou	1	,09
mais	02	,00

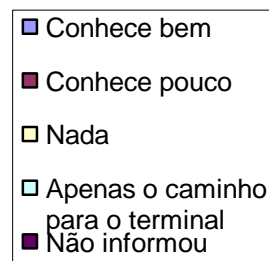
Conhecimento da cidade de Santos

Em uma primeira abordagem foi indagado ao turista qual o grau de conhecimento da cidade. Constatou-se que apenas 32,12% afirmaram conhecer bem, sendo que os demais disseram conhecer pouco ou nada ou ainda apenas o caminho para o terminal. Para melhor análise deste item elaborou-se um cruzamento entre os dados captados da quantidade de viagens realizadas e o grau de conhecimento da cidade constatando-se o seguinte: dos que realizaram quatro ou mais viagens 55% conhecem bem a cidade, enquanto entre os demais chama atenção os que afirmaram não conhecer nada com 12,7%. No grupo da terceira viagem 15,9% afirmaram nada conhecer e 10,6% conhecem apenas o trajeto de acesso ao terminal. Verifica-se ainda que quanto mais viagens realizadas o percentual de conhecimento aumenta o que é natural. No entanto fica claro o baixo aproveitamento deste potencial de turismo para a cidade.

Conhece bem a cidade?	Frequência	Percentual
Bem	54	32,12%
Pouco	54	32,12%
Nada	14	7,17%
Apenas o caminho para o terminal	79	49,09%
Não informou	1	0,09%
	102	100%



O Sr conhece bem a cidade?



Número de viagens realizadas	Grau de Conhecimento da Cidade			
	Bem	Pouco	Nada	Apenas o terminal
	%	%	%	%
1ª viagem	26,0	31,0	37,0	6,0
2ª viagem	28,8	35,1	23,8	2,1
3ª viagem	38,0	35,4	5,9	0,6
4 ou mais	55,7	29,7	2,7	1,3

City tour

A maioria dos turistas - 95,01% - informou não ter city tour no seu pacote de viagem. Dos restantes, menos de 5% tinham o pacote, e se considerando a estimativa de 150.0000 turistas estes equivalem a 7.500 pessoas, o que é muito pouco.

Ao serem questionados sobre a inclusão de City Tour no pacote a maioria afirmou ser favorável ou que seria um atrativo a mais, mas uma parcela de 19,24% informou que não faria, devido à falta de tempo, e outra parcela de 17,79% faria dependendo do preço.

pacote de viagem prevê city tour?	freqüência	percentual
	147	95,01
	5	3,29
	102	66,67

pacote incluísse um dia a mais para visitar a cidade o Sr.:	freqüência	percentual
sim, malmente	82	53,59
sim, atrativo a mais	69	44,41
sim, pois tem pouco tempo.	12	7,74
sim, dependendo do preço	96	61,79
sim, não conhece a cidade.	17	10,94
sim, não tem tempo	38	24,51
sim, não tem dinheiro em imóvel.	35	22,47
sim, não tem tempo ou	2	1,27
sim, não é atrativo	6	3,87
sim, não tem dinheiro em parente.	4	2,59
sim, não tem tempo	1	0,64
	102	66,67

Incentivo aos passeios na cidade

Objetivando identificar os porquês da não visitaçã da cidade, os turistas foram estimulados a sugerir alternativas, surgindo a divulgação como a principal alternativa, ou seja, o turista acha que há pouca divulgação da cidade, o que faz com que o interesse seja pouco ou nenhum em conhecer a cidade. Alguns turistas citaram a falta de conduçã para o passeio, falta de informações e atrações, o que se resumiria em divulgação.

o que poderia incentivar a realizaçã dos passeios na cidade?	freqüência	percentual
	70	44,58
ou	60	37,52
	10	6,17

	10	98
	38	98
no terminal para passeios	56	08
	39	54
, promoções.	21	91
s	21	91
há necessidade.	22	99
s praias	18	63
icos	14	27
vulgação.	10	91
o embarque e desembarque	9	81
ura	7	64
ndimento ao turista	7	64
parência da cidade	7	64
ísticos mais extensos	6	54
ce	5	45
cidade	3	27
uias turíst, promoções, restaurante.	3	27
a rede hoteleira	2	18
	2	18
idade, transporte para passeios.	2	18
, melhor atendimento ao turista.	1	09
, transporte para passeios.	1	09
icos, promoções.	1	09
turismo	1	09
ansportes	1	09
barco	1	09
	1	09
	1	09
oportos	1	09
	102	00

Pontos turísticos mais lembrados

Neste questionamento, além de identificar os pontos turísticos mais lembrados ou visitados, também se avalia o interesse do turista pela cidade como local para turismo e lazer. A orla marítima e a praia são a principal citação, mas os que não souberam responder vêm na seqüência e, se somados aos que disseram nenhum e os que não lembram, torna-se a principal resposta. Os que não lembram são aqueles que eventualmente disseram conhecer bem a cidade, mas que na realidade não a conhecem com turistas, apenas talvez como veranistas. O total de citações é acumulado e o turista poderia citar até três pontos turísticos, motivo pelo qual temos mais de 1.102 respostas.

Características mais citados:	Quantidade	Porcentagem
.	375	27
Não sabem responder	330	72
	296	79
at	107	07
	100	67
	73	14
	66	74
fé	64	63
não lembrar nenhum	63	57
	54	06
esca	50	84
t	46	61
o	41	33
	39	21
nar	26	47
	18	02
	15	85
	763	00

Passeio não realizado

Os passeios não realizados têm por objetivo identificar o anseio do turista em conhecer a cidade e sua eventual frustração por não realizar algum dos passeios possíveis. Verifica-se pelas respostas que as praias são ainda uma referência, entretanto a principal resposta foi o "não sei" o que caracteriza a falta de conhecimento dos passeios possíveis.

Ressalte-se a citação do centro e do bonde como um fator positivo.

Características que gostaria de fazer na cidade e ainda não realizou?	Quantidade	Porcentagem
	255	14
	132	98
	129	71
	78	08
	69	26
	67	08
	62	63
o	51	63
ce	32	90
at	30	72
	25	27
	22	00

	16	45
fé	13	18
ram de nenhum	13	18
	8	73
s	6	54
vesca	6	54
	6	54
	5	45
os históricos	5	45
a Belmiro	5	45
	4	36
at, escuna.	3	27
ias.	3	27
	3	27
o santos	3	27
nar	3	27
	3	27
	3	27
ardins	2	18
at, jet ski.	2	18
Monte Serrat.	2	18
	2	18
	2	18
t	2	18
	2	18
	1	09
as.	1	09
at	1	09
orla	1	09
fé, bondinho.	1	09
fé, memorial do Santos.	1	09
o monte serrat	1	09
orquidário.	1	09
	1	09
aboó	1	09
useus	1	09
s, praias.	1	09
	1	09
a Porchat.	1	09
	1	09
	1	09
at, museus.	1	09
at, teleférico.	1	09
	1	09
	1	09
horâmico	1	09
il	1	09

s	1	09
ppings.	1	09
Vila Belmiro.	1	09
	1	09
	1	09
	1	09
	102	00

O que o turista associa a Santos

Objetivando identificar o ponto referencial do turista quanto pensa na cidade de Santos é que se idealizou a questão. Obtendo-se variadas respostas, mas a principal foi o peixe, que pode estar associado ao obelisco na entrada da cidade, ao time do Santos também citado como o Peixe, e ao fato de ter mar e praias. Verifica-se uma diversidade de respostas como o Porto, certamente para aquele turista que somente conhece o trajeto do porto. O Pelé e o Museu Pelé são citados, assim como os jardins e até o bonde turístico.

o que escolher um símbolo para a cidade, qual o Sr. escolheria?	frequência	percentual
	95	,77
	26	,43
	79	17
ntos	67	08
	60	44
	59	35
	57	17
	40	63
	37	36
	31	81
	29	63
	27	45
du	20	81
	16	45
	15	36
	13	18
p	11	00
	9	82
	6	54
	5	45
oaz	5	45
	4	36
	4	36
inho	4	36
	4	36

estivador	4	36
	4	36
	3	27
	3	27
avio	3	27
	2	18
fé	2	18
	2	18
	2	18
nar	2	18
julho	2	18
	2	18
santo	2	18
at	2	18
ce	2	18
hora do monte serrat	2	18
	2	18
dependência	2	18
	36	27
	102	00

O que menos gostou

Ao serem questionados sobre o que menos gostou, a maioria dos passageiros afirmou que nada, ou seja, gostou de tudo, seguido dos que não souberam responder por não ter visitado a cidade (quase 20%), em seguida o item mais citado foi o acesso ao terminal com 7,44%, mas com respostas diferentes: várias foram as manifestações sobre a falta de asseio no local do porto e até da cidade no trecho percorrido até o terminal. A sujeira está associada à pobreza dos locais como Paquetá, e a sinalização e o sistema viário do próprio local do terminal foram achados confusos. Várias manifestações se restringiram ao próprio terminal, provavelmente daqueles que nada viram da cidade e aproveitaram para manifestar seu descontentamento pela falta de telefone público, ou uma farmácia no local ou até um caixa eletrônico.

os gostou na cidade	uiência	entual
	18	,78
	11	,07
ou	99	98
terminal	82	44
	77	99
	72	53
	54	90
idas	40	63
barque cara	35	18

elo turista, atendimento turista.	23	09
porto	22	00
ce	20	81
es no terminal	20	81
cidade	19	72
	19	72
	16	45
	15	36
ento caro	15	36
	14	27
terminal, cheiro porto, sinalização.	13	18
o cara	12	09
s	10	96
	9	82
ura	8	73
ão	6	54
e desembarque	6	54
cidade, sujeira.	6	54
ônico no terminal	5	45
	5	45
	5	45
porto, sujeira.	5	45
, sujeira.	4	36
	3	27
de	3	27
terminal, praias poluídas.	2	18
da cidade	2	18
	2	18
o terminal	2	18
o	2	18
idas, segurança.	2	18
	2	18
blico no terminal	2	18
	2	18
o ao turista, informações, sujeira.	2	18
o ao turista, entrada da cidade.	1	09
restaurantes no terminal.	1	09
o monte serrat	1	09
ônico e restaurantes no terminal	1	09
ônico e telefone público no terminal	1	09
ca eletrônico, telef. público terminal	1	09
	1	09
ento caro, taxa de embarque cara.	1	09
icos	1	09
	1	09
s, organização.	1	09
	1	09

sujeira	1	09
, praias poluídas.	1	09
minimal.	1	09
	102	00

Limpeza pública

A percepção do turista quanto ao item limpeza é o fator a ser avaliado, e como vários somente passaram pela faixa do cais, há uma associação da sujeira do cais com a sujeira na cidade. Assim apenas 38,39% classificaram de bom e excelente a limpeza, enquanto que o ruim e o péssimo ficaram com 6,26%, restando 17,7% para o regular. Os 30,67% que não informaram são os que disseram nada conhecer da cidade e os que disseram “não utilizou” foram os que não conseguiram avaliar o serviço.

Limpeza pública	Frequência	Porcentual
	398	,12
bom	338	,67
regular	95	,70
ruim	77	,99
péssimo	44	,99
	25	,27
	25	,27
	102	00

Transporte Público

A maioria não teve como avaliar o transporte público pelo fato de não o ter utilizado, não permitindo uma conclusão significativa sobre este quesito, salvo quanto à pouca circulação pela cidade que aqui fica mais evidenciada.

Transporte público	Frequência	Porcentual
	83	,98
bom	38	,67
regular	55	,99
ruim	13	,18
péssimo	5	,45
	4	,36
	4	,36
	102	00

Comércio local

Esta avaliação foi efetuada para todos com exceção daqueles que disseram não conhecer nada e que aparecem como não informou (30,49%). Dos que participaram, o item 'bom' foi o principal com 34,03%, sendo que o item péssimo teve apenas uma manifestação. Os que “não utilizaram” entretanto alcançam a marca de 21,23% e que nada consumiram em sua passagem pela cidade.

	frequência	percentual
	75	74,03
bom	36	34,03
	34	33,23
	00	0,07
	42	41,81
	14	13,27
	1	0,99
	102	100

Restaurantes

Dos turistas entrevistados e excetuando os que não foram consultados, também houve maioria de aprovações quanto aos restaurantes da cidade, e novamente o “não utilizou” foi citado por 20,24% dos turistas.

res	frequência	percentual
	97	95,03
bom	35	34,40
	23	22,24
	82	80,44
	54	52,90
	10	9,91
	1	0,99
	102	100

Táxi

Neste quesito sobre o índice de “não utilizou” para 55,44% dos turistas que, somado aos que não informaram, chega a mais de 86%. Dos que utilizaram, a aprovação é significativamente alta.

	frequência	percentual
	11	10,44
bom	36	34,49

	20	,89
	16	45
	16	45
	2	18
	1	09
	102	00

Hotéis

Um dos dados mais significativos no que tange à avaliação da potencialidade e do aproveitamento deste recurso é a baixa freqüência nos hotéis da cidade, principalmente se considerando que há turistas de todos os estados para embarcar na cidade. Dos que avaliaram os hotéis (menos de 12%), a maioria classificou como bons, e apenas 1,18% como excelentes.

	freqüência	percentual
	24	,62
du	36	,49
	99	98
	25	27
	13	18
	3	27
	2	18
	102	00

ASPECTOS RELATIVOS AO TERMINAL DE PASSAGEIROS

O terminal de passageiros foi aqui avaliado no sentido de obter dos turistas informações capazes de eventualmente melhorar os serviços ou o atendimento.

Instalações do terminal

Foi perguntado ao turista sobre a infra-estrutura do terminal, sendo iniciada pelas instalações, a pergunta: “O que o (a) Sr. (a) acha das instalações do terminal de passageiros? A pergunta é fechada e com gradação de opinião, identificando-se que a maioria acha bom o terminal, e a nota positiva bom e ótimo atinge a 76,9%, as notas “ruim” e “péssimo” totalizaram 4,99%, enquanto 17,51% acharam regular.

Instalações do terminal de passageiros	freqüência	percentual
	07	,16
	93	,51
	41	,79
	10	63

	5	36
ou	3	27
	3	27
	02	00

Local do terminal

Quanto à localização do terminal os resultados foram menos positivos, 54,9% entre bom e excelente, 25,95% de ruim e péssimo e 17,79% de regular. É nítida a diferença evidenciando certa reprovação quanto ao local ou à forma como está o local do terminal.

Terminal	Opinião	Porcentagem
	38	38,82
	96	25,79
	47	12,34
	39	10,61
	57	15,08
ou	9	2,82
	6	1,54
	102	100

Serviços do Terminal

Volta a subir o nível de aprovação neste quesito, obtendo-se 74,95% de bom e excelente, 6,44% de ruim e péssimo e 15,61% de regular. Ou seja, parte dos que julgaram regular nos quesitos anteriores passou para bom ou excelente. As manifestações de “não utilizou” de alguns passageiros deve-se aos casos de pessoas que não tiveram tempo suficiente para utilização dos serviços antes da entrevista.

Serviço do Terminal	Opinião	Porcentagem
	73	74,95
	72	72,61
	94	94,53
	45	45,08
	26	26,36
	22	22,00
ou	11	11,00

CONCLUSÃO

O terminal recebe cerca de 150.000 passageiros por temporada de verão, em geral casados, que viajam predominantemente com a família, têm renda familiar média de R\$ 4143,65, escolaridade predominantemente superior completo, e faixa etária variada com maior frequência entre os 40 e 50 anos.

Este público é procedente de vários estados brasileiros e até do exterior, mas predomina o estado de São Paulo e a cidade de São Paulo, sendo que o principal meio de transporte é o ônibus seguido do automóvel do próprio turista.

Constatou-se que 14,4% dos turistas já realizaram quatro ou mais viagens, mas apesar disso apenas 55,7% disseram conhecer bem a cidade. A pesquisa nos permite concluir que a maioria dos turistas apenas embarca no porto de Santos, não tendo na cidade uma motivação para um passeio ou motivações para realizar na função de turistas, visitas aos pontos turísticos. Uma das causas constatada está na comercialização do pacote de viagens que não inclui a cidade no rol das possibilidades e não incentiva o city tour, apesar da maioria ser receptiva a ele.

A falta de divulgação foi a principal causa da não visita da cidade, sendo relevantes manifestações quanto à aparência, sujeira e odor motivados pelo trajeto efetuado até o terminal de passageiros em área mais degradada da cidade. Neste aspecto apenas a mudança do trajeto do ônibus, forçando a ida pela orla já faria grande diferença quanto à percepção de uma cidade suja e mal cuidada.

No receptivo, há problemas identificados, pois a falta de agentes de turismo para distribuir prospectos, ou a venda de pequenos *tours* na cidade, por exemplo, foram citadas pelos próprios turistas. A maioria não soube citar pontos turísticos que mais gostaram, nem dizer o que gostariam de ver e não viram, reforçando e evidenciando falhas na divulgação.

Por fim contata-se que a avaliação da cidade e de sua infra-estrutura fica prejudicada pelo desconhecimento, e na avaliação do terminal pode-se considerar como boa, excetuando a localização, bem como o acesso, considerado confuso e mal sinalizado. Algumas reclamações sobre falta de caixas eletrônicos, farmácia, restaurante, puderam ser verificadas.

Conclui-se, portanto, que urgem medidas notadamente voltadas e evidenciar pontos de interesse turístico na cidade ou região, e sua divulgação. Algumas medidas imediatas como mudança no trajeto de acesso e rapidez e melhorias na sinalização de acesso ao terminal poderiam ser implementadas.

Deve ser evidenciado que este turista, ao visitar a cidade e ter uma boa impressão dela, fará repercutir em sua cidade e região o fato, motivando a vinda de outros turistas independentemente do passeio por navio.

