

BOLETIM ESPECIAL

PESQUISA DO CARNAVAL 2023



Observatório
de Turismo do Recife



SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO
2. METODOLOGIA
3. RESULTADOS
 - 3.1 Procedência dos Turistas
 - 3.2 Turistas nacionais e excursionistas – Estado de residência
 - 3.2 Turistas estrangeiros – País de Residência
 - 3.3 Perfil dos Entrevistados
 - 3.4 Gasto Médio Individual – GMID
 - 3.5 Avaliação de Recife
 - 3.6 Avaliação dos Serviços
 - 3.7 O que mais e menos gostou no carnaval do Recife
 - 3.8 Inclusão
 - 3.9 Central do Carnaval
 - 4.0 Recomendações
 - 4.1 Atrações Turísticas do Recife
 - 4.2 Avaliação da cidade do Recife de modo geral
 - 4.3 Indicação
 - 4.4 Segurança
 - 4.5 Net Promoter Score – NPS
 - 4.6 Principais Conclusões
 - 4.7 Equipe Técnica



Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Procedência dos turistas

Gráfico 2 - Turistas nacionais e Excursionistas - Estado de Residência

Gráfico 3 - Turistas estrangeiros - País de Residência

Gráfico 4 - Sexo biológico

Gráfico 5 - Identificação sexual

Gráfico 6 - Orientação sexual

Gráfico 7 - Ocupação principal

Gráfico 8 - Cidade em que ficou hospedado

Gráfico 9 - Modal de chegada

Gráfico 10 - Hospedagem

Gráfico 11 - Quantos dias ficará na cidade

Gráfico 12 - Grau de escolaridade

Gráfico 13 - Moeda

Gráfico 14 - Renda

Gráfico 15 - Quanto Pretende Gastar

Gráfico 16 - Pessoas Incluídas no Gasto

Gráfico 17 - Quantas vezes no carnaval do Recife

Gráfico 18 - Por que escolheu o carnaval do Recife

Gráfico 19 - De modo geral, como avalia Recife

Gráfico 20 - Como tomou conhecimento sobre o carnaval do Recife

Gráfico 21 - O que mais gostou

Gráfico 22 - O que menos gostou

Gráfico 23 - Conhece ou ouviu falar da Central do Carnaval

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Avaliação dos serviços

Tabela 2 - Serviços da Central do Carnaval

Tabela 3 - Atrações Turísticas



1. APRESENTAÇÃO

Os eventos e festividades do Carnaval do município do Recife podem ser analisados sob diversos pontos - da cultura, da festa, do entretenimento, como também, ser visto pelo turismo e o seu impacto econômico, que provocam, ao promoverem a indústria criativa e o turismo na nossa cidade.

Foram dois anos de muita saudade arrebatados pela magia do encontro que o Carnaval promove em cada acorde de frevo. #VolteiRecife com todos os Carnavais vibrou com recordes de público nos cinco dias de festa, onde mais de 2,7 milhões de foliões curtiram as festas de Momo nos 44 polos da cidade, com uma média de 300 mil pessoas por dia no principal polo da cidade, o Marco Zero, no Bairro do Recife. Toda essa energia pulsante injetou mais de R\$ 2 bilhões na economia da capital pernambucana, gerando cerca de 50 mil postos de trabalho temporários.

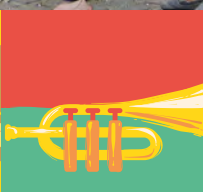
O Carnaval da retomada tem um significado extremamente importante para todos os segmentos e não seria diferente no turismo. Somente no Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes - Gilberto Freyre, o fluxo de passageiros este mês foi de 420 mil pessoas, segundo dados coletados pelo Observatório do Turismo do Recife (OTREC). Para o período carnavalesco, as principais companhias aéreas como Azul, Gol e Latam incrementaram a oferta de voos, injetando 100 voos extras para atender a demanda, além dos 1.750 voos regulares. Atualmente, Recife realiza conexões diretas com 26 estados, sendo 44 voos diretos nacionais e 4 diretos internacionais.

A ocupação hoteleira na cidade, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis em Pernambuco (ABIH-PE) é de 96,12%. É importante destacar que, neste Carnaval 2023, a permanência média passou para 5 noites, ultrapassando o dado anterior, que era de 4 noites.

Os turistas que ficaram hospedados nos principais 30 hotéis da cidade foram apresentados ao Carnaval, com a Blitz da Folia. Na ocasião, personagens invadiram o café da manhã e alcançaram cerca de 10 mil pessoas, além dos outros 15 mil que foram surpreendidos nos shoppings centers. Os Centros de Atendimento ao Turista (Aeroporto, TIP, Praça do Arsenal, Pracinha de Boa Viagem e Ambiental/2º Jardim de Boa Viagem) e o Centro de Informações na Central do Carnaval atenderam mais de 2 mil pessoas. Dos atendimentos, mais de 1,6 mil foram demandas nacionais e mais de 300 internacionais. A Central do Carnaval, espaço de apoio ao folião, contou com Arena de Serviços, Gastronômica e de Artesanato. Por lá passaram cerca de 611 mil pessoas, 30% a mais em comparação ao carnaval de 2020. O faturamento da Central do Carnaval foi de R\$ 2,8 milhões.

Este Boletim Especial é um registro relevante de uma das maiores festas da nossa cidade, e a partir deste documento podemos identificar os principais resultados da pesquisa para entender o perfil socioeconômico dos turistas e o nível de satisfação com os eventos carnavalescos na cidade de Recife. A pesquisa foi realizada entre os dias 18 e 20 de fevereiro de 2023, com os turistas nacionais, estrangeiros e excursionistas.

Por fim, as informações coletadas irão colaborar para a obtenção de uma visão atualizada do panorama econômico e social da festa de Carnaval no Município; e com este banco de dados, estimular o desenvolvimento da economia na capital pernambucana.





2.METODOLOGIA

A empresa Promáxima Gestão Empresarial foi a responsável pela coleta de dados e elaboração deste relatório. A coleta de entrevistas ocorreu por contato pessoal direto entre entrevistador e entrevistado, ou seja, entrevista face a face. O público-alvo da pesquisa foi considerado o público que estava nos eventos carnavalescos na cidade do Recife a partir das 7 horas do dia 18 de fevereiro de 2023, a partir das 16 horas do dia 19 de fevereiro de 2023, e a partir das 15 horas no dia 20 de fevereiro de 2023. A amostragem foi estratificada proporcionalmente levando em consideração o público presente no último Carnaval de Recife no ano de 2020. Para o cálculo da amostra levou-se em consideração o total do público no Carnaval de Recife de 2020, ou seja, 2.000.000 (dois milhões) de pessoas. Portanto, partindo desse universo, considerando uma margem de erro estabelecida de 5% para mais ou para menos, e intervalo de confiança fixado em 95%, a amostra foi composta por 1.810 (mil oitocentas e dez) pessoas. A seguir, os resultados.



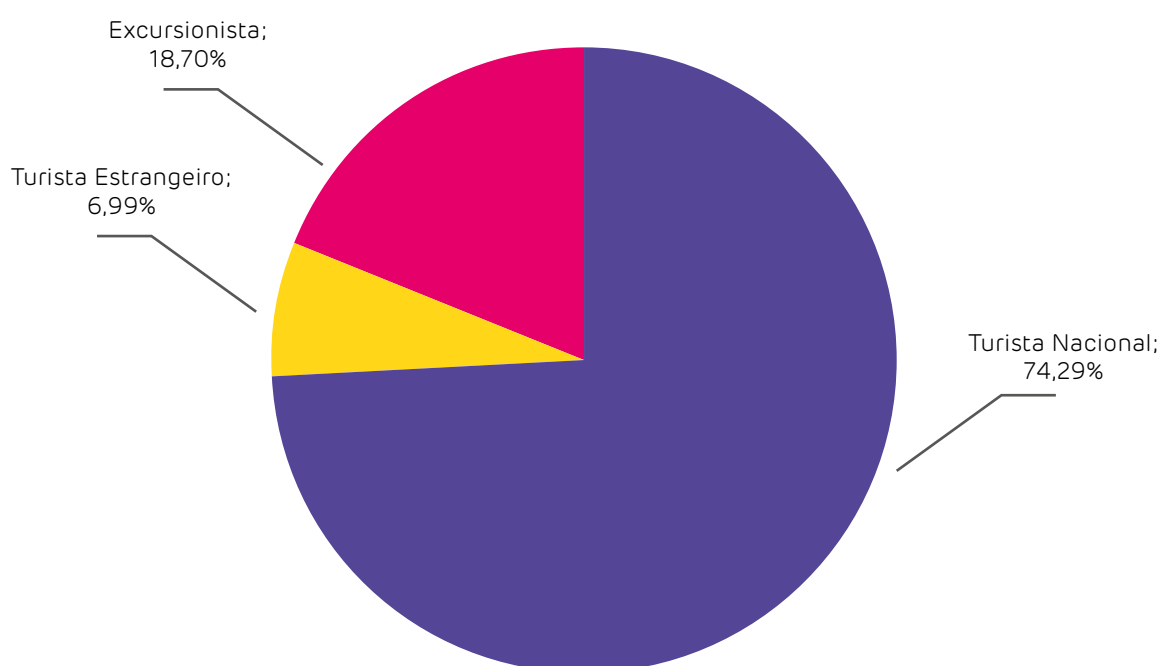


3.RESULTADOS

3.1 Procedência dos Turistas

Foram realizadas **1.810** entrevistas distribuídas nas principais ruas de Recife. A procedência dos turistas: 74% turistas nacionais, 19% excursionistas e 7% estrangeiros.

Gráfico 1 - Procedência dos turistas



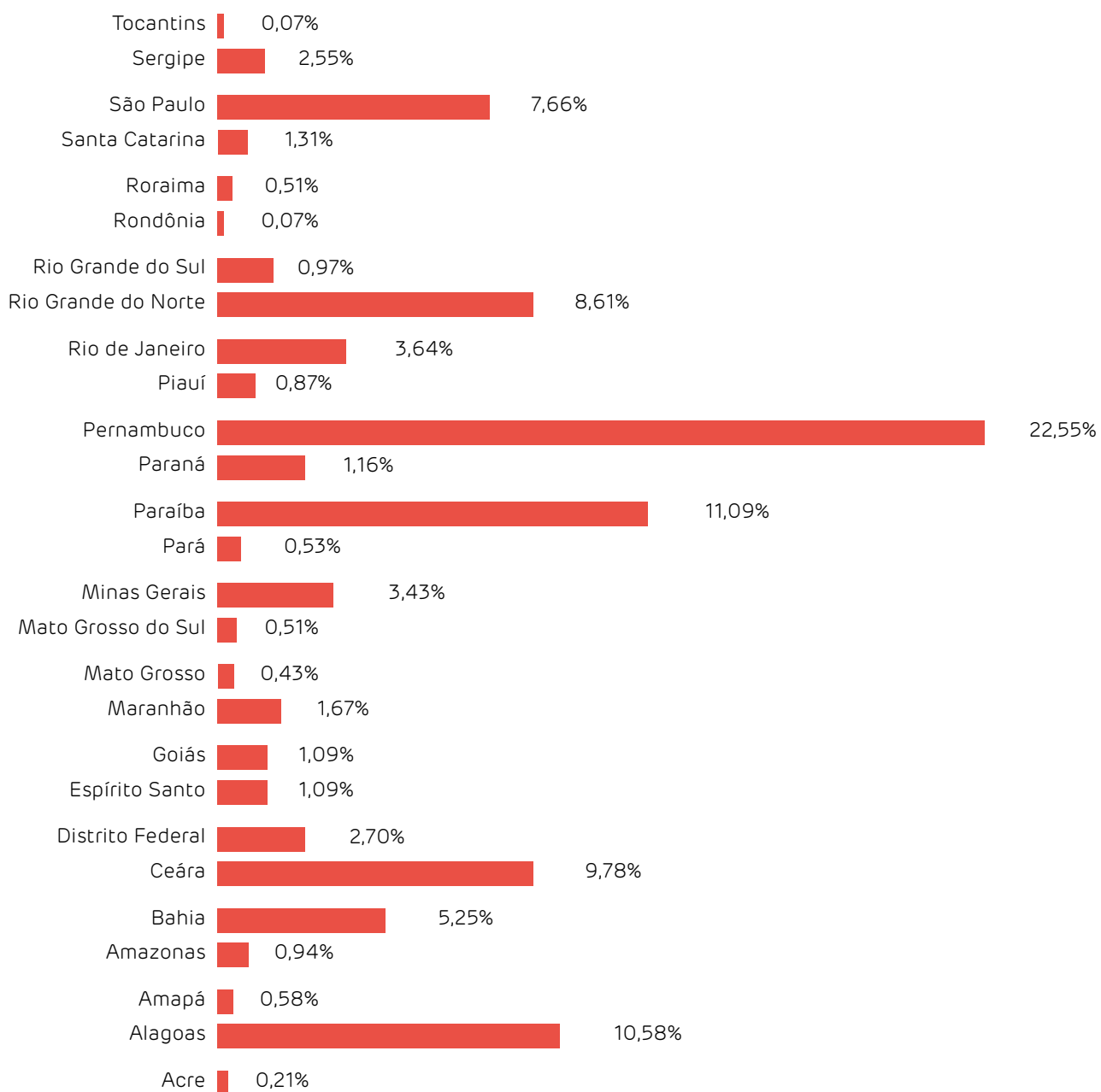
3.2 Turistas nacionais e excursionistas – Estado de residência

O percentual por estado de residência foi avaliado de acordo com o quantitativo de turistas de cada estado presente no evento, que aceitou participar da pesquisa. O referido percentual, dos excursionistas, ficou definido da seguinte maneira: 44,05% de Pernambuco, 12,46% da Paraíba, 6,08% de Alagoas, 2,02% do Ceará, 0,28% do Espírito Santo. Já os turistas nacionais, seu estado de residência ficou definido da seguinte forma: 22,55% de Pernambuco, 8,61% do Rio Grande do Norte, 10,58% de Alagoas, 9,78% do Ceará, 11,09% da Paraíba, 7,66% de São Paulo, 5,25% da Bahia, 3,64% do Rio de Janeiro, 2,70% Distrito Federal, 3,43% Minas Gerais e 2,55% Sergipe cada, os estados do Espírito Santo, Goiás, Maranhão e Santa Catarina aparecem em torno de 1% de representação cada e os demais estados que não foram citados tiveram representação inferior a 1% nos eventos carnavalescos da cidade do Recife. A seguir, gráfico para melhor visualização.





Gráfico 2 - Turistas nacionais e Excursionistas - Estado de Residência



Fonte: Dados da pesquisa.

3.2 Turistas estrangeiros – País de Residência

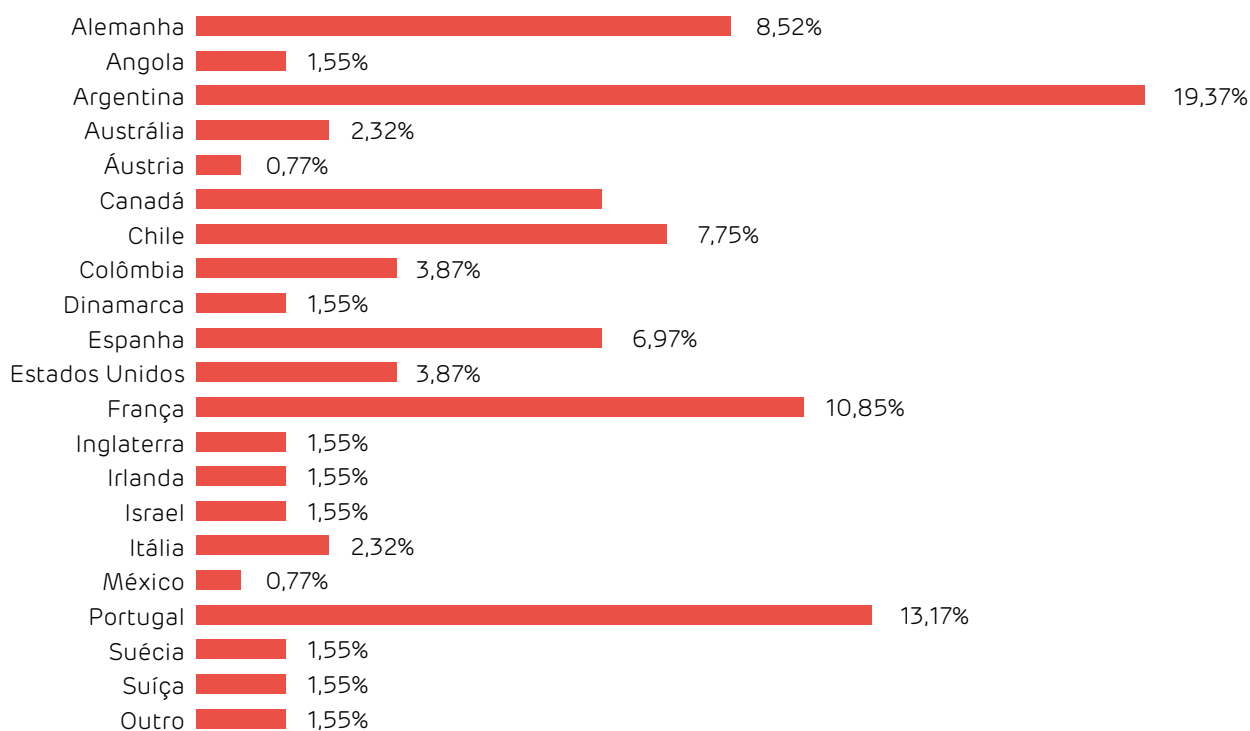
A demanda de turistas internacionais na pesquisa foi baixa devido a não aceitação em responder o questionário, totalizando em 129 entrevistas. Os países de residência desses turistas ficaram definidos da seguinte forma: com 19,37% da Argentina, 13,17% de Portugal, 8,52% Alemanha, e França 10,85%; 6,97% da





Espanha, Chile 7,75% , 6,97% Canadá. 3,87% da Colômbia, 3,87% Estados Unidos, 2,32% da Austrália e os países Angola, Áustria, Dinamarca, Inglaterra, Irlanda, Israel, Itália México, Suécia e Suíça aparecem com menos de 2% cada. Abaixo, gráfico para melhor visualização.

Gráfico 3 - Turistas estrangeiros - País de Residência



Fonte: Dados da pesquisa.

3.3 Perfil dos Entrevistados

Dos entrevistados, o sexo masculino ficou em prevalência com 46% e o feminino com 54%, com relação a identificação sexual do público, ficou estabelecido da seguinte forma: 51,89% homem cis gênero, 42,19% mulher cis gênero, 2% homem transsexual, 0,92% mulher transsexual, 0,21% travesti e 2,33% optaram pela opção outro não informando qual sua identificação sexual. Abaixo, gráficos para melhor visualização.

Gráfico 4 -Sexo biológico

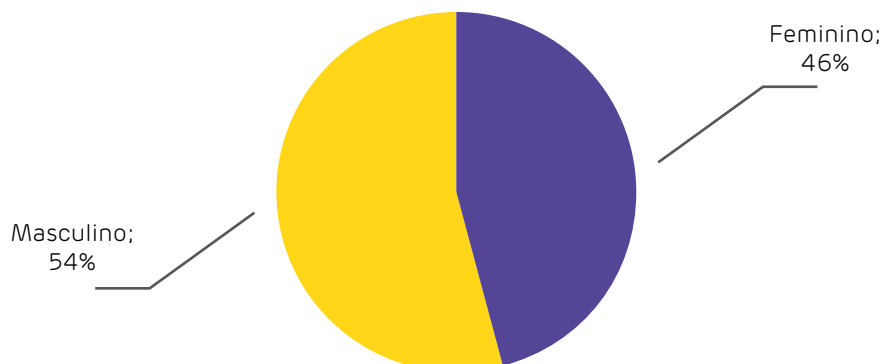
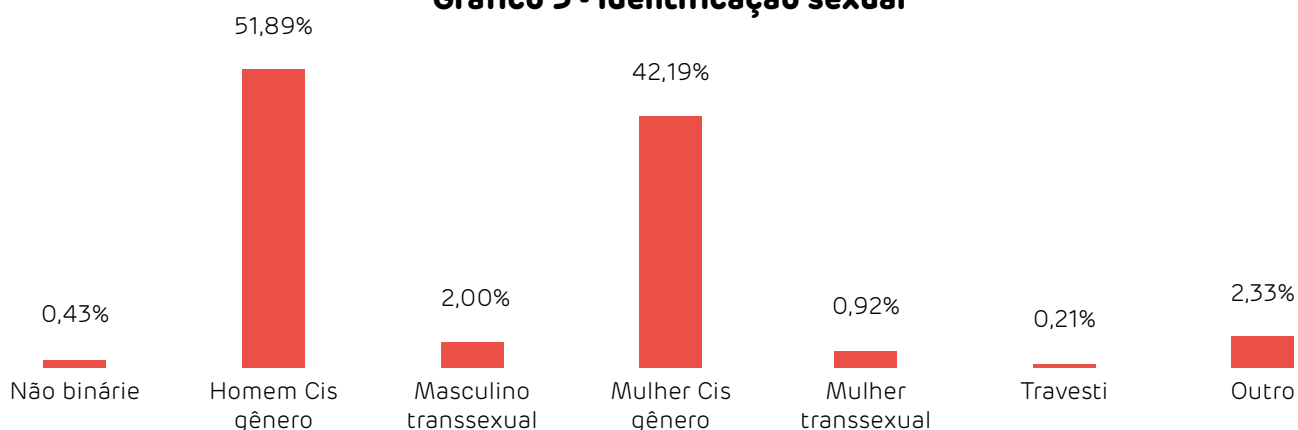




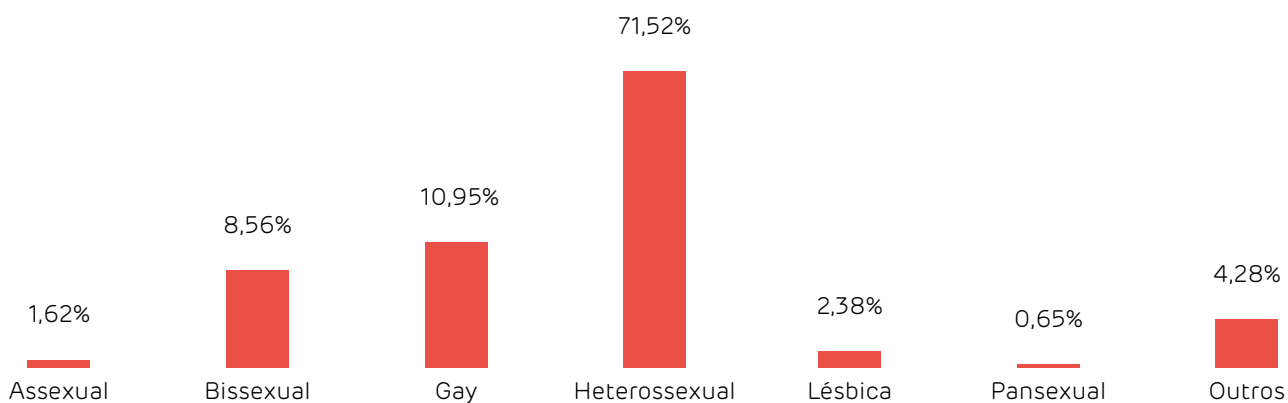
Gráfico 5 - Identificação sexual



Fonte: Dados da pesquisa.

A orientação sexual dos turistas, ficou estabelecido que: 71,52% do público é heterossexual, 10,95% é gay, 8,56% é bissexual e 2,38% é definido por lésbica. As orientações assexual e pansexual ficaram com 1,62% e 0,65%, respectivamente, do público. Além disso, 4,28% se declararam não se enquadrar em nenhuma das opções definidas. Sobre o estado civil dos turistas, 54,44% do público é solteiro, 36,93% casado, 5,42% divorciado, 2,11% viúvo e 1,08% escolheram a opção "outro".

Gráfico 6 - Orientação sexual



Fonte: Dados da pesquisa.

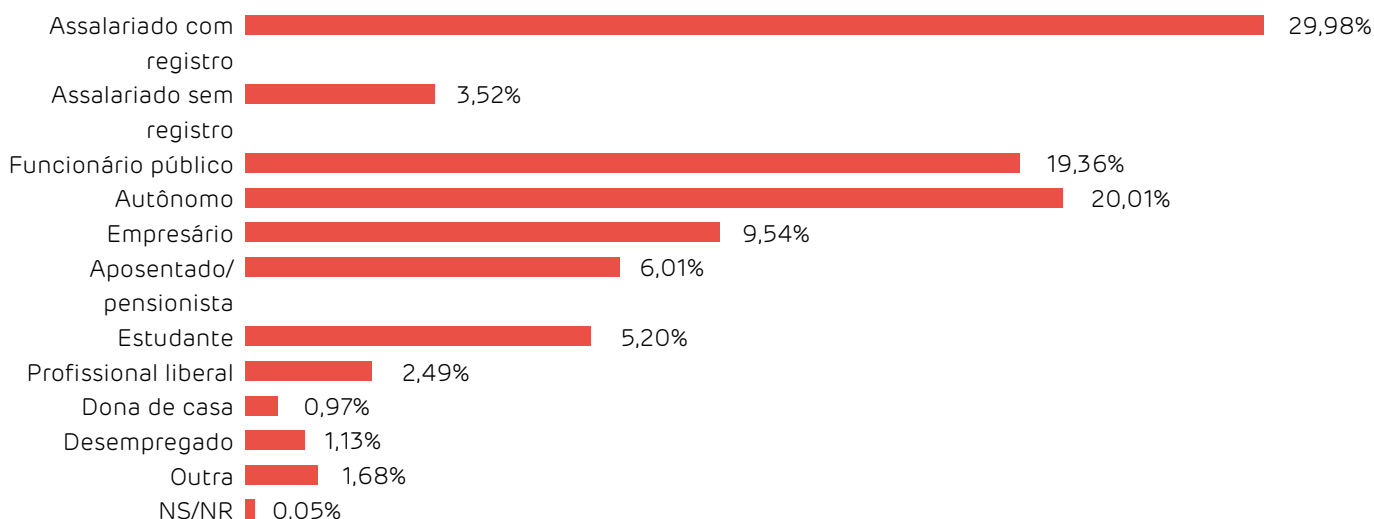
A ocupação principal dos turistas ficou definida da seguinte forma: 30% assalariado com registro, 20% autônomo, 19% funcionário público, 10% empresário, 6% aposentado/pensionista, 3% para assalariado sem registro, 5% estudante, 2% profissional liberal, 0,97% para dona de casa, 1% desempregado e 2% optaram pela





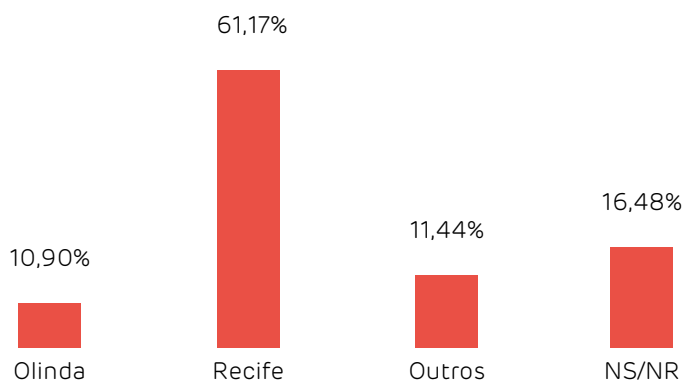
opção "outro", mas não especificaram. Sobre a cidade em que ficou hospedado, 61% ficaram no Recife, 16% não quiseram responder, 11% em Olinda e 11,44% em outras cidades RMR. O modal utilizado para chegar até Recife, 47% carro, 20% ônibus, 29% avião, 2% van, 0,10% de navio e 1% não quiseram responder.

Gráfico 7 - Ocupação principal



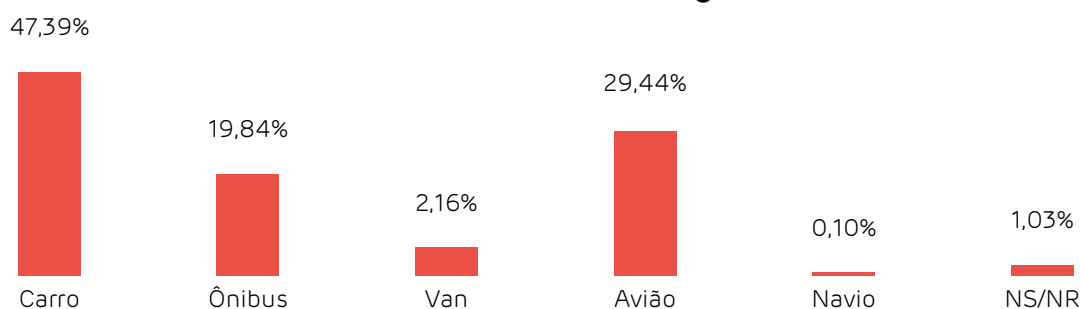
Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 8 - Cidade em que ficou hospedado



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 9 - Modal de chegada



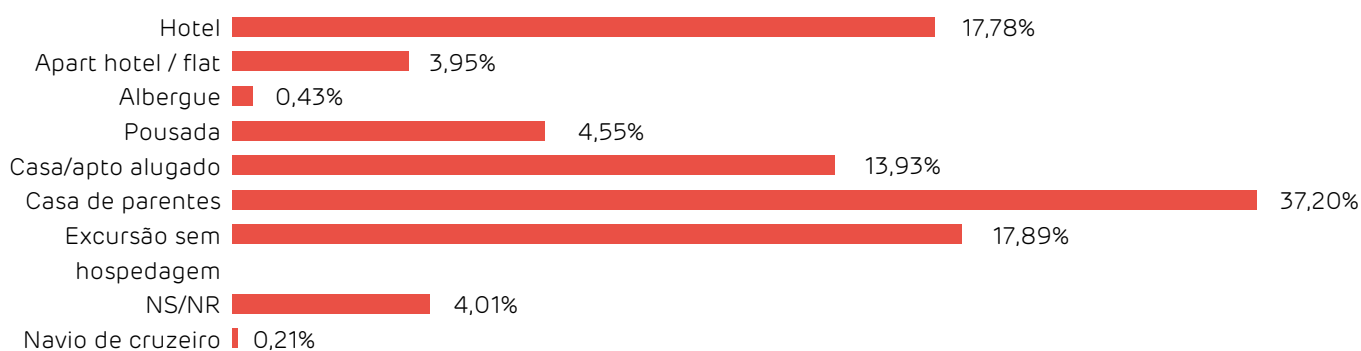
Fonte: Dados da pesquisa.





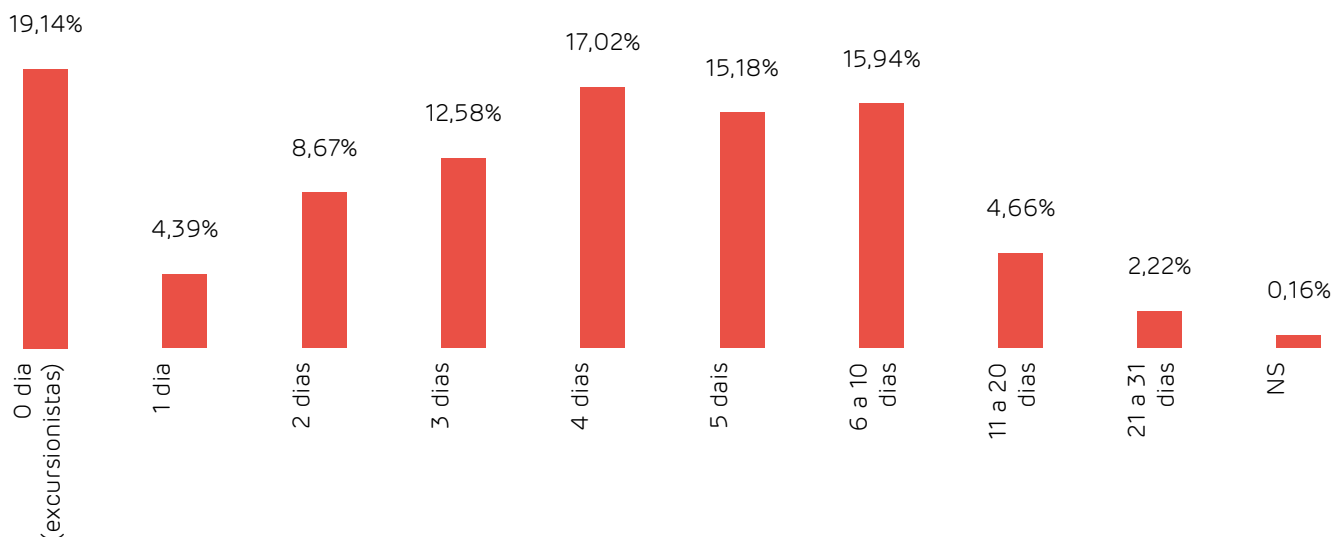
Com relação a hospedagem, 18% fizeram excursão sem hospedagem, 37% ficou em casa de parentes, 18% ficou em hotel, 14% ficou em casa/apto alugado, 5% ficou em pousada, 4% ficou em flat, 0,43% ficou em albergue e 4% não quiseram responder. A fim de descobrir o percentual médio de dias que o público passará na cidade, foi perguntado quantos dias de estadia e ficou definido da seguinte forma: 19% não passou nem um dia na cidade, 17% ficará por quatro dias, 15% por cinco dias, 13% por três dias, 9% por 2 dias, 4% por 1 dia, 16% entre 6 e 10 dias, 5% entre 11 e 20 dias e 2% acima de 20 dias. Com relação a escolaridade dos entrevistados, 43% tem superior completo, 23% tem o ensino médio completo, 13% tem o superior incompleto, 7% tem especialização em alguma área, 6% tem mestrado, 2% tem doutorado, 2% tem pós-doutorado, e ensino médio incompleto, ensino fundamental completo e incompleto, apenas lê e escreve e analfabeto representam menos de 2% cada.

Gráfico 10 - Hospedagem



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 11 - Quantos dias ficará na cidade

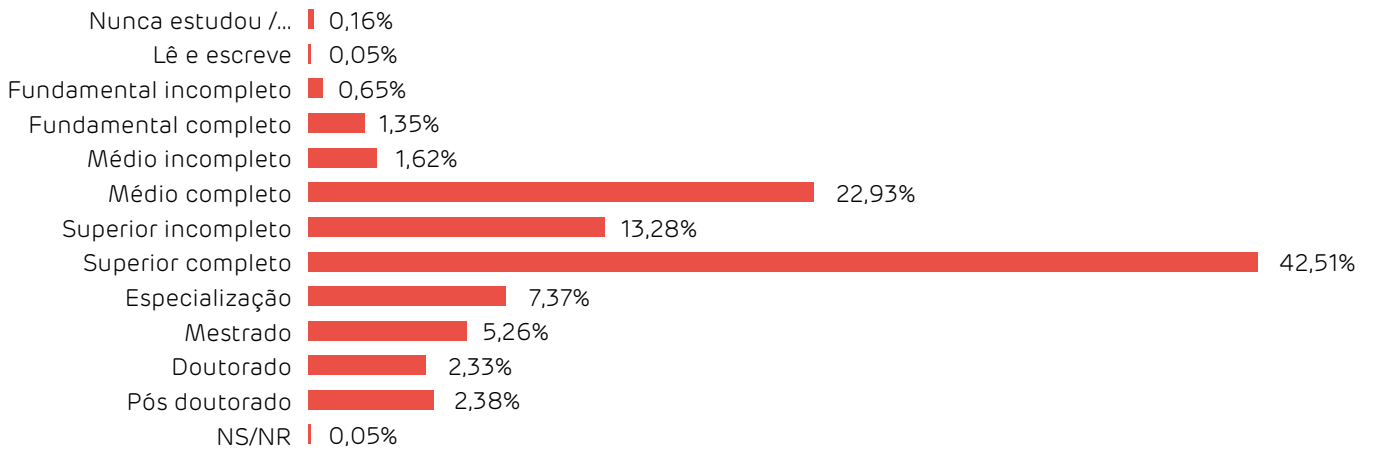


Fonte: Dados da pesquisa.





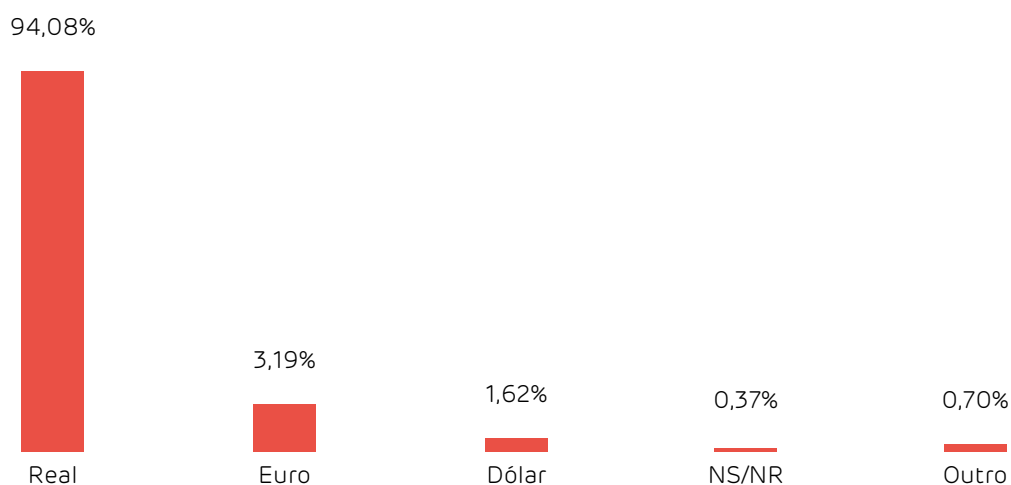
Gráfico 12 - Grau de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa.

Para entender ainda melhor o perfil do entrevistado, foi identificado que a moeda com maior recorrência foi o real com 94% de prevalência, sendo 2% para o dólar, 3% euro e a opção "outro" ou não quis responder com menos de 1%, cada. Com relação a renda mensal, 62% recebem de 1 a 5 salários-mínimos, 24% recebem de 6 a 10 salários-mínimos, 8% recebem de 10 a 20 salários-mínimos, 3% recebem mais de 20 salários-mínimos, as opções "ns/nr" e "outro" ficaram com 2% e 1% respectivamente. De acordo com os dados, 36% do público pretende gastar de R\$1.001,00 a R\$5.000,00, 34% pretende gastar de R\$101,00 a R\$500,00, 7% pretende gastar até R\$100,00, 4% pretende gastar mais de R\$6.000,00 e 0,72% optaram por não responder.

Gráfico 13 - Moeda

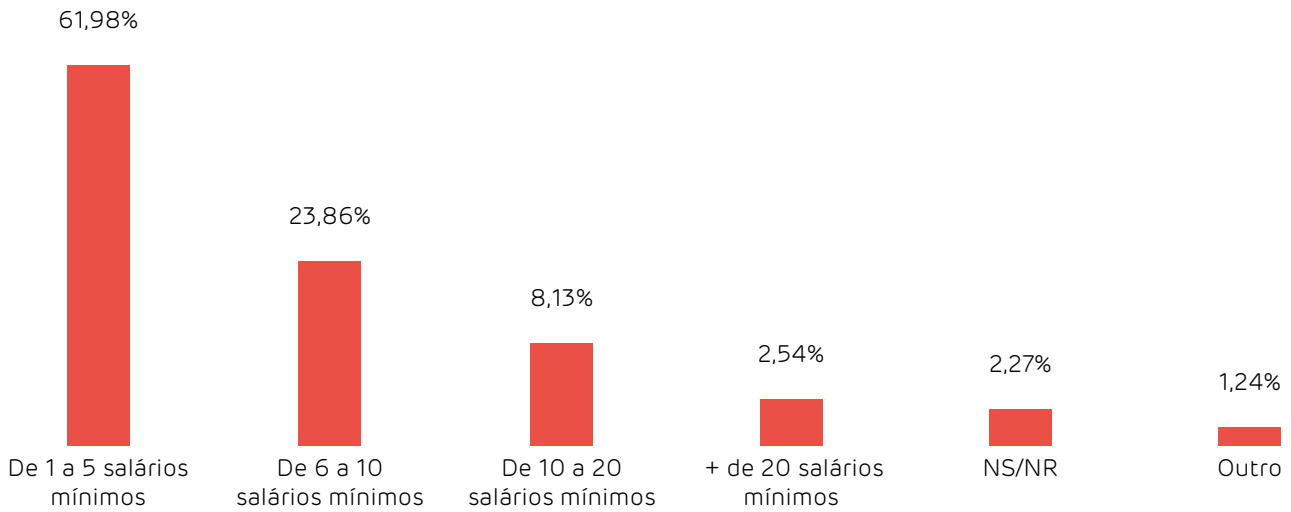


Fonte: Dados da pesquisa.



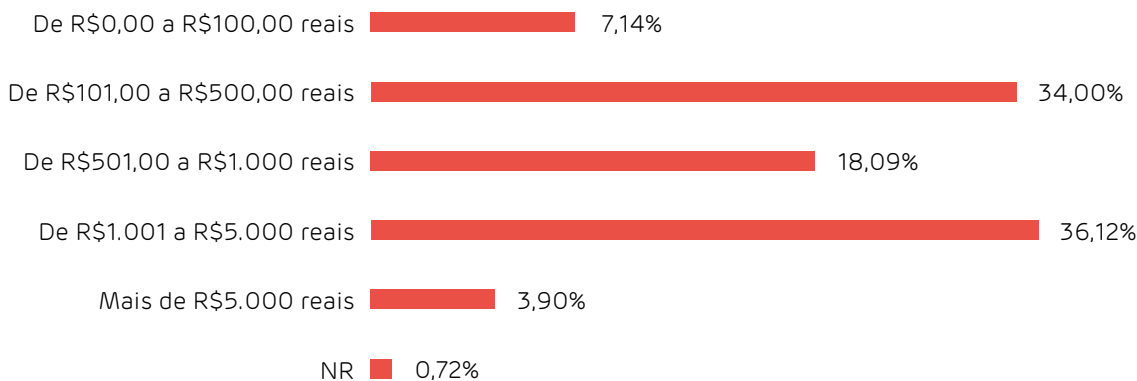


Gráfico 14 - Renda



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 15 - Quanto Pretende Gastar



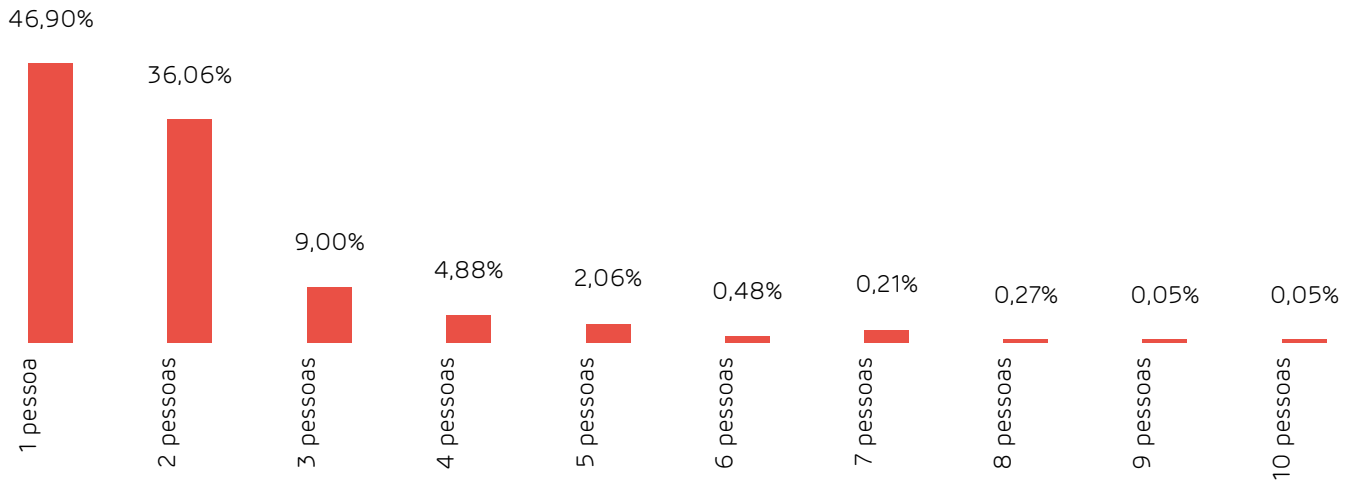
Fonte: Dados da pesquisa.

Foi buscado entender o perfil por completo, quando questionados sobre a quantidade de pessoas incluídas nos gastos, o resultado foi o seguinte: 47% para uma pessoa, 36% para duas pessoas, 9% para três pessoas, 5% para quatro pessoas, 2% para cinco pessoas, menos de 1% para seis, oito e nove pessoas. Outros quantitativos não tiveram percentuais nesta pesquisa. Sobre a quantidade de vezes no carnaval do Recife, 37% foram pela primeira vez, 17% pela segunda vez, 12% pela terceira vez, 7% pela quarta vez, 5% pela quinta vez, 3% pela sexta vez, 1% pela sétima vez, 2% pela oitava vez, as opções de idas em dez vezes ou mais são notadas com o percentual de 6% e 9%, cada. As demais opções não têm o percentual relevante. Sobre o porquê de escolher o carnaval do Recife, 40% foi pela animação, 38% por experiências anteriores, 5% pela receptividade, 6% pelo público e 5% escolheram a opção "outro", e a organização aparece em seguida com 4%.



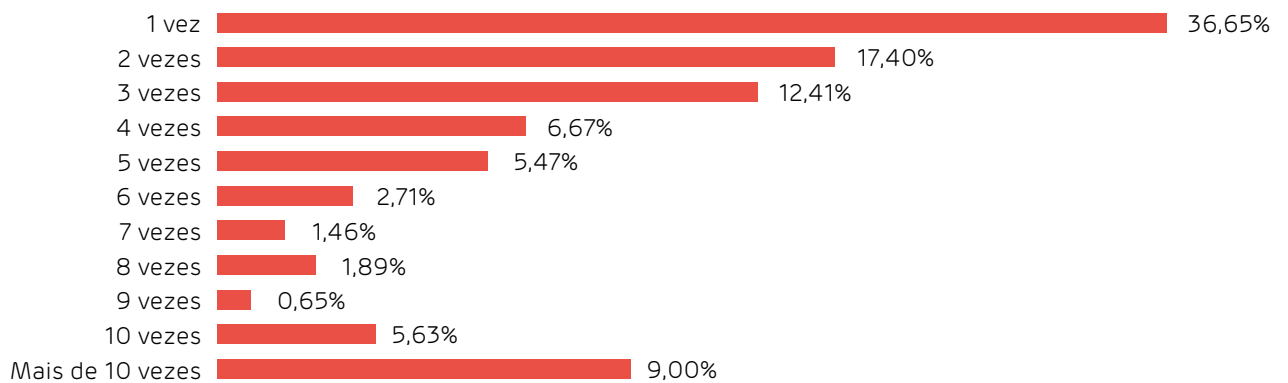


Gráfico 16 - Pessoas Incluídas no Gasto



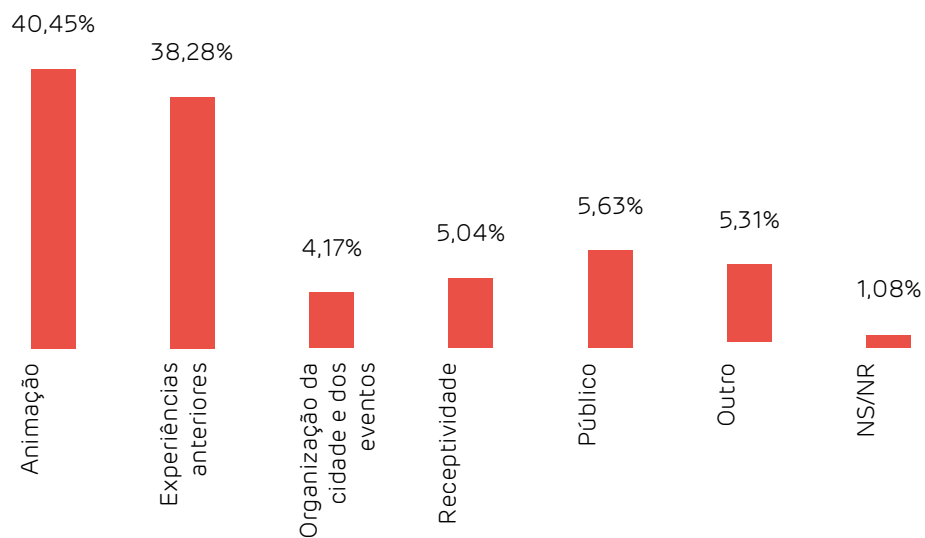
Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 17 - Quantas vezes no carnaval do Recife



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 18 - Por que escolheu o carnaval do Recife



Fonte: Dados da pesquisa.





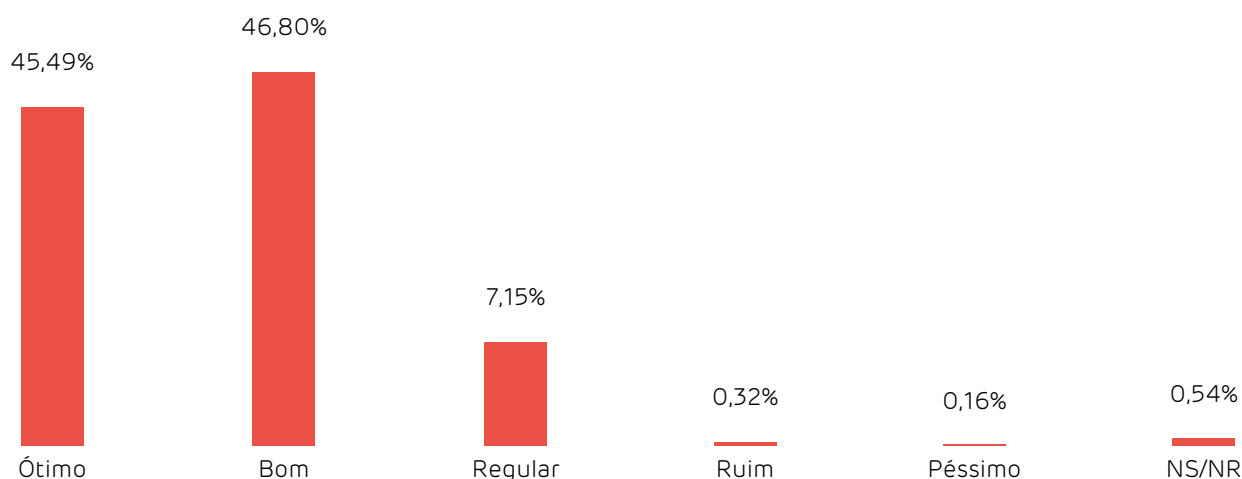
3.4 Gasto Médio Individual – GMID

Após realizar a análise e organização dos dados, foi calculado o gasto médio individual onde foi verificado a média de pessoas inclusas nos gastos (1,83 pessoas), a permanência média (4,59 dias), o gasto médio per capita (R\$2.288,94), a quantidade média de idas ao Recife (3,87 vezes) e o gasto médio per capita por dia foi de R\$498,68.

3.5 Avaliação de Recife

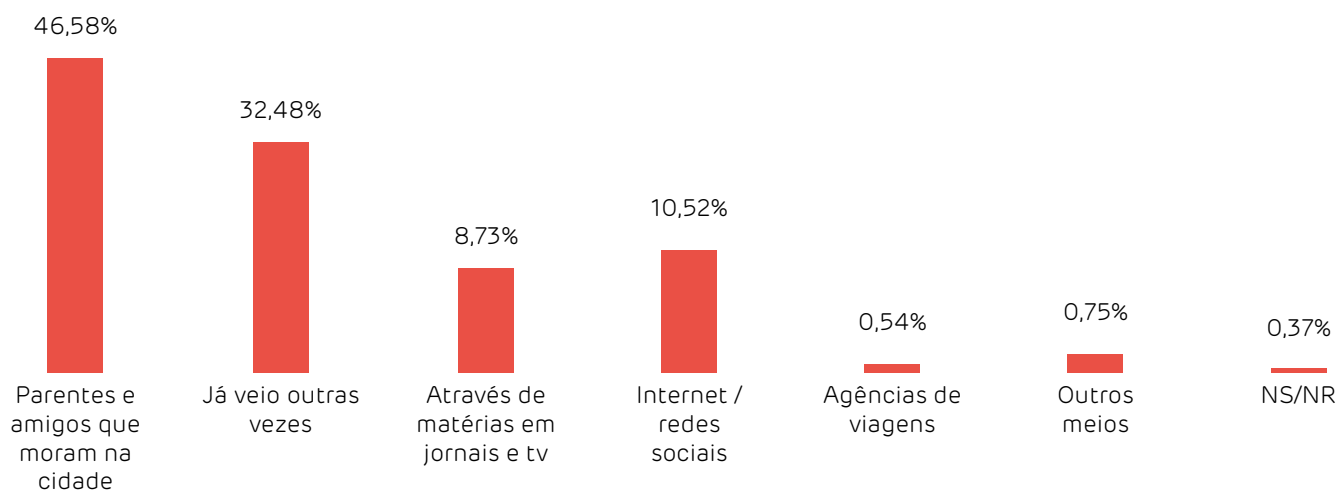
De modo geral, 45% dos turistas avaliam Recife como um ótimo lugar, 47% avaliam como bom, 7% como regular, demais opções representam menos de 1% cada. Como tomou conhecimento sobre o carnaval do Recife, 47% por parentes e amigos e 32% por quem já foi outras vezes, já 9% foi através de tv e jornais e 11% foi pela internet/redes sociais e menos de 1% de representatividade para as demais opções.

Gráfico 19 - De modo geral, como avalia Recife



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 20 - Como tomou conhecimento sobre o carnaval do Recife



Fonte: Dados da pesquisa.





3.6 Avaliação dos Serviços

A avaliação dos serviços prestados encontra-se em detalhes na tabela 1, abaixo. Vale ressaltar que os percentuais em que a opção “NS/NR” está em destaque perante àquele serviço, se define pela não utilização do serviço ou por não saber opinar o assunto.

Tabela 1 - Avaliação dos serviços

Descrição	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NS/NR
Segurança/ Policimento	36,93%	48,80%	11,28%	1,41%	0,60%	0,98%
Programação dos shows	41,32%	40,94%	5,64%	0,81%	0,27%	11,00%
Organização dos polos dos bairros	23,05%	34,71%	6,94%	0,22%	0,16%	34,92%
Desfiles e agremiações	37,09%	36,93%	4,28%	0,33%	0,16%	21,20%
Limpeza	20,12%	50,16%	22,72%	4,23%	1,46%	1,30%
Transporte Coletivo	8,78%	22,40%	11,44%	2,11%	1,63%	53,63%
Atendimento médico	8,51%	15,08%	8,30%	0,60%	0,71%	66,81%
Acesso a informações sobre a programação	29,61%	44,52%	9,60%	2,01%	0,60%	13,67%
Decoração	56,02%	32,16%	5,37%	1,03%	0,65%	4,77%
Serviços de taxis e apps	12,64%	31,24%	14,53%	2,28%	0,98%	28,69%
Banheiros químicos	5,91%	20,39%	19,03%	10,09%	11,12%	33,46%
Animação do público	65,94%	25,65%	4,99%	1,25%	0,05%	2,11%
Preço	13,99%	49,46%	23,97%	5,04%	1,84%	5,69%

Fonte: Dados da pesquisa.





3.7 O que mais e menos gostou no carnaval do Recife

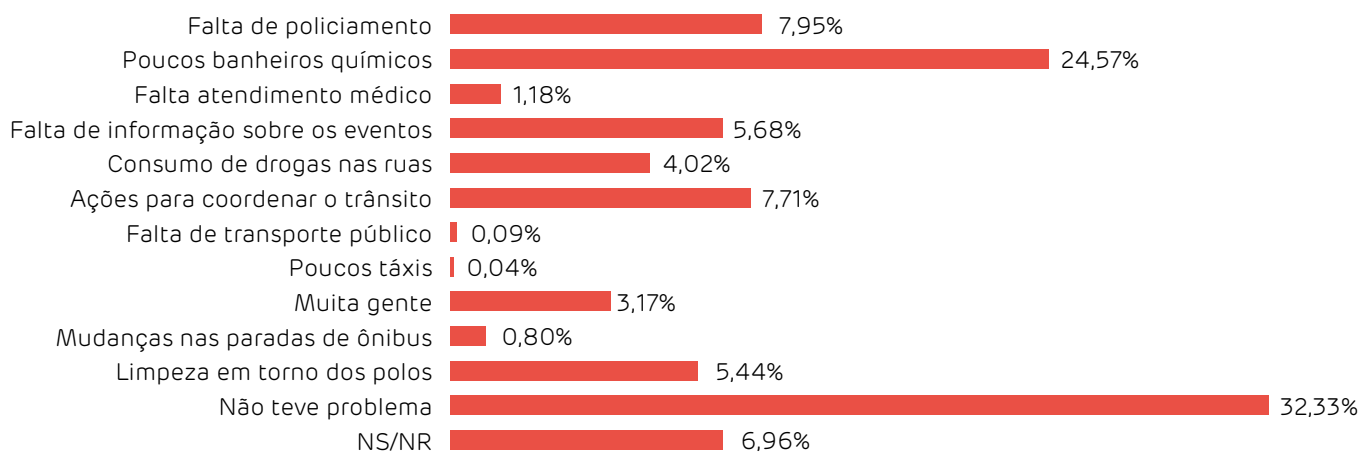
Se destacam como os mais populares entre o público entrevistado os blocos de rua (27%), a animação da cidade (26%) e os shows gratuitos (23%), já os menos populares são: poucos banheiros químicos (25%), falta de policiamento (8%), e a falta de informação sobre os eventos (6%). Abaixo, gráficos para melhor visualização.

Gráfico 21- O que mais gostou



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 22 - O que menos gostou



Fonte: Dados da pesquisa.

3.8 Inclusão

Sobre o carnaval do Recife ser inclusivo para pessoas LGBTQIAP+, 89% considerou que sim, 8% que não e 3% não soube ou quis responder.

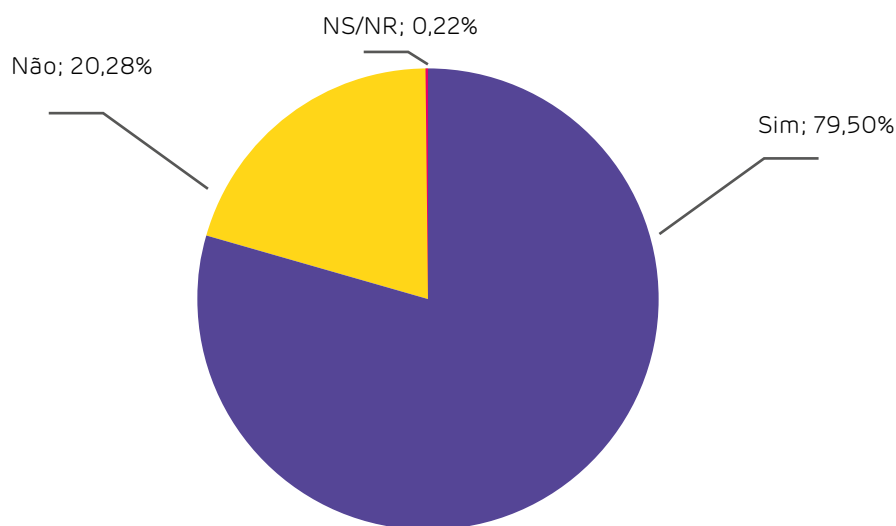




3.9 Central do Carnaval

Quando questionados se conheciam ou tinham ouvido falar da central do carnaval 20% informou que não conhece ou ouviu falar e 80% afirmou que conhece ou ouviu falar e menos de 1% não soube responder.

Gráfico 23 - Conhece ou ouviu falar da Central do Carnaval



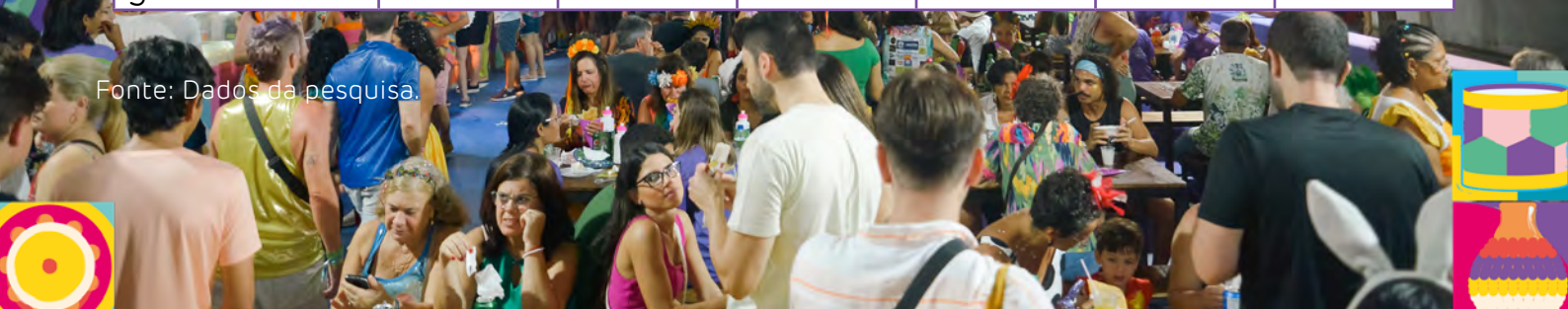
Fonte: Dados da pesquisa.

Ainda sobre a Central do Carnaval, buscou-se avaliar os serviços disponíveis. Abaixo, tabela para melhor visualização.

Tabela 2 - Serviços da Central do Carnaval

Descrição	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NS/NR
Atendimento	35,98%	57,94%	5,03%	0,53%	0%	0,53%
Serviços em geral	34,12%	58,47%	5,29%	1,06%	0,26%	0,79%
Informações turísticas	30,69%	57,67%	8,99%	2,12%	0%	0,53%
Variedade de opções de alimentação	34,39%	56,61%	8,47%	0,26%	0%	0,26%
Arena gastronômica	37,30%	51,85%	8,99%	0,79%	0%	0,53%

Fonte: Dados da pesquisa.





4.0 Recomendações

Quando questionados se recomendaria o carnaval do Recife, 97% do público informou que sim e 3% informou que não.

4.1 Atrações Turísticas do Recife

Para entender sobre o fluxo de visitas aos locais turísticos da cidade, tem-se os dados da tabela abaixo.

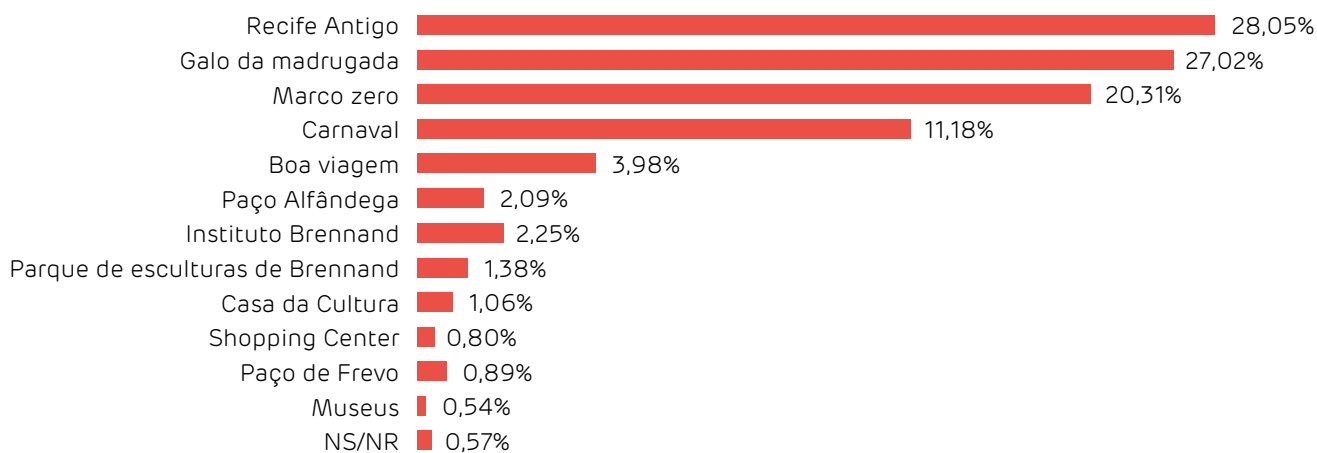
Tabela 3 - Atrações Turísticas

Descrição	Sim	Não	NS/NR
Paço do Frevo	44,36%	55,31%	0,33%
Museu Cais do Sertão	32,00%	67,68%	0,32%
Centro de Artesanato	36,66%	62,69%	0,65%
Parque de esculturas de Brennand	40,67%	58,73%	0,60%

Fonte: Dados da pesquisa.

No geral, a atração/ponto turístico que o público mais gostou foi o Recife Antigo com 28%.

Gráfico 1 - No geral, atração/ponto turístico que mais gostou



Fonte: Dados da pesquisa.





4.2 Avaliação da cidade do Recife de modo geral

Osturistas avaliaram, de modo geral, a cidade do Recife que ficou com o percentual de 45% para ótimo, 47% para bom, 7% para regular, tendo um percentual pequeno para as opções “ruim e péssimo”.

4.3 Indicação

Quando perguntado se volta e indica Recife para amigos e parentes, 97% do público informou que sim e 3% que não.

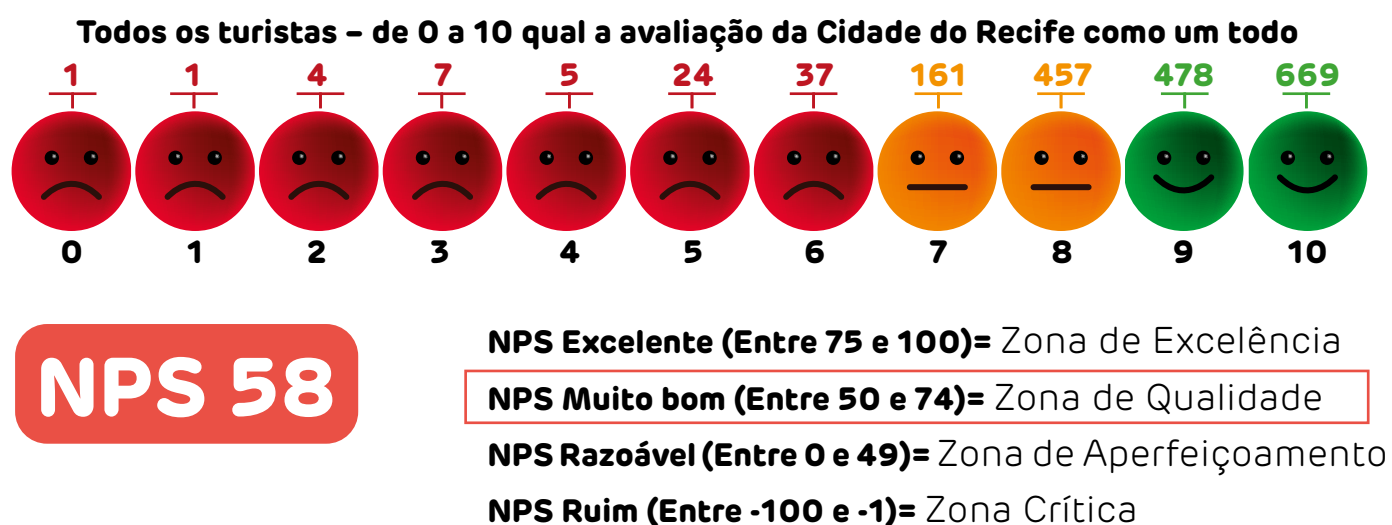
4.4 Segurança

Quando perguntado como se sentiu em relação a segurança na cidade, 71% se sentiu seguro, 14% se sentiu muito seguro, 10% se sentiu inseguro, 2% se sentiu muito inseguro e 1% não souberam ou quiseram opinar.

4.5 Net Promoter Score – NPS

O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica que serve para mensurar como anda a satisfação do cliente com uma marca, produto ou serviço. Ele é calculado subtraindo o total percentual dos detratores (notas de 1 a 6) pelo total percentual dos promotores (notas 9 e 10), as notas 7 e 8 são neutras, resultando assim no NPS, nesse caso, dos eventos carnavalescos do Recife nos dias 19 e 20 de fevereiro de 2023. Para esse evento, o NPS ficou em 56, segue imagem para melhor visualização. Entretanto, ao realizar o NPS dos 3 dias de pesquisa (18, 19 e 20) fazendo o cálculo geral, o NPS ficou em 58, sendo avaliando como “muito bom” e estando na zona de qualidade.

Imagem 1 - NPS 1



Fonte: Dados da pesquisa.





4.6 Principais Conclusões

Ao avaliar o cenário atual do perfil socioeconômico dos turistas e o nível de satisfação com os eventos carnavalescos que aconteceram entre os dias 18 e 20 de fevereiro de 2023, foi identificado que a maioria do público presente são turistas nacionais (74,29%) e entendendo a pesquisa como um todo, o público que prevaleceu foi do sexo biológico "masculino" sendo 54%, o estado civil "solteiro" sendo também 54,44%, a ocupação principal foi de "assalariado com registro" sendo 29,98% do público presente. Com relação a cidade em que o turista ficou hospedado, com 61,17% tem-se Recife sendo a cidade mais escolhida pelos foliões, o modal de chegada a cidade mais utilizado foi o "carro" com 47,39%. Destacou-se os dados econômicos dos turistas em geral, sendo, em média, o valor per capita na cidade de R\$2.288,94, a permanência média de 4,59 dias, a média de pessoas incluídas nos gastos ficou em 1,83 pessoas e a média de idas ao Recife, em 3,87 vezes. Por fim, o net promoter score – NPS com o evento, a cidade, o carnaval, organização, segurança etc. ficou em 58.





4.7 Equipe Técnica

PROMÁXIMA GESTÃO ESTRATÉGICA DIREÇÃO INSTITUCIONAL

Raffael Escarpini – Diretor de Projetos

Victor Hugo Soares da Costa – Diretor Administrativo Comercial

SUPERVISÃO DE PROJETOS

Larissa de Souza Barboza – Supervisora de Projetos

Henne Kelly Bastos de Souza – Analista de Projetos

EQUIPE DE PESQUISADORES

Adriana Wanderley Barbosa – Trilíngue

Ariel Dalvo Erike Barbosa de Lima – Trilíngue

Bernadete Pereira de Mendonça

Carlos Diego Sabino Araujo – Trilíngue

Carlos Henrique dos Santos Lima

Cláudia Cristiane Figueiredo Lordão

Daiana Angélica Pereira de França

Ely Vasconcelos Braga

Erica Guedes Cale

Flávio Nazareno Teixeira Magalhães

Julia Ferraz

João Swamy Alexandre do Nascimento

José Neto Bezerra Filho

Larissa Aline Araújo de Souza

Luzinaide Maria Cosmo da Silva

Marcos Aurélio Oliveira Vasconcelos Júnior

Mário Leonardo de Albuquerque

Matheus Wanderley Barbosa da Silva –

Trilíngue

Mônica Gomes da Silva

Rafaela Dayana da Silva

Remisson Fernandes Pereira

Ricardo Galvão de Souza - Trilíngue

Ricardo José Coêlho de Souza

Silvana Pimentel de Paiva

Thiago de Almeida Barbosa – Trilíngue

Wellison Pereira de Souza



Prefeitura do Recife e SETUL-L

Secretária de Turismo e Lazer do Recife

Cacau de Paula

Secretário Executivo de Turismo e Relacionamento com o Trade

Mustafá Dias

Gerente de Desenvolvimento Turístico

Débora Linhares

Gestora e Pesquisadora do Observatório de Turismo do Recife

Manuella Oliveira

Estagiário

Matheus Neves

Fotos

Sandokan Xavier

Projeto gráfico e diagramação

Ewerton Heraclio/Flank Bekemball



Secretaria
de Turismo
e Lazer

