

Caminhos do Sabor

A união faz o destino

FERNANDO DE NORONHA – PERNAMBUCO

**Desenvolvimento de destinos turísticos através
da gastronomia**

Outubro de 2008

Apresentação

- Este relatório apresenta os resultados da pesquisa realizada em Fernando de Noronha, Pernambuco, com a finalidade de elaborar um diagnóstico do Setor de Alimentação Fora do Lar (SAFL) local para subsidiar a implantação do Programa Caminhos do Sabor – Desenvolvimento de Destinos Turísticos através da Gastronomia.
- Este programa, conduzido pela ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, sob o patrocínio do SEBRAE e do Ministério do Turismo, pretende utilizar características exclusivas da comida dos destinos onde for implantado como fator de competitividade, diferenciando-o de outros destinos concorrentes e, assim, atrair um maior fluxo de turistas para o local.



Apresentação

- A pesquisa contemplou quatro públicos distintos segundo sua relação com o SAFL: consumidores locais, turistas, empresários do setor e o grupo responsável pela implantação do programa na localidade, denominado Grupo de Governança.
- Dos consumidores locais e turistas, obteve-se uma análise da oferta proporcionada pelo SAFL local, colocada frente às demandas que apresentaram, além de dados sobre o perfil dos entrevistados, sobre o comportamento dos consumidores ao escolher e verificar a qualidade dos estabelecimentos e uma avaliação da comida local, chamada, no programa, de Comida do Lugar.
- Dos empresários do setor, obteve-se uma avaliação do mercado local, de suas disponibilidades de oferta, de insumos e das características de gestão que predominam no destino.
- Do Grupo de Governança, obteve-se uma avaliação do turismo observando-se sua importância para a cidade e seus diferenciais mercadológicos, além de uma profunda análise da gastronomia e sua participação no setor de turismo.



Apresentação

- Esta pesquisa foi desenvolvida em três fases, caracterizadas, cada uma, pelo público que abordou.
 - Consumidores do SAFL: compreendendo os consumidores locais e os turistas, esta fase foi desenvolvida através de uma pesquisa quantitativa, que se utilizou da técnica denominada *survey* de opinião, que verifica a distribuição estatística das respostas a um questionário estruturado, aplicado a uma amostra da população-alvo.
 - Empresários do SAFL: este público foi abordado através de entrevistas semi-estruturadas, com um questionário que combinava questões abertas, de resposta livre, com questões fechadas que permitiram quantificações e comparações com os públicos anteriores.
 - Grupo de Governança: este público, constituído por importantes representantes de lideranças no setor, foi ouvido através de Entrevistas em Profundidade.



CAPÍTULO 1 - NOTAS METODOLÓGICAS

Metodologia – Pesquisa Quantitativa: coleta de dados

- A pesquisa quantitativa foi utilizada na abordagem dos Consumidores Locais e Turistas. Os dados foram coletados através da aplicação de um *survey* de opinião:
 - **CONSUMIDORES LOCAIS:** *Survey* com 25 entrevistas *estruturadas*, de caráter quantitativo, junto a moradores do destino, com pelo menos 18 anos de idade e renda familiar de 3 salários mínimos ou mais.
 - **CONSUMIDORES VISITANTES (TURISTAS):** *Survey* com 27 entrevistas *estruturadas*, de caráter quantitativo, junto a turistas que se encontrassem em Fernando de Noronha no período de realização da pesquisa. Os entrevistados deveriam ter pelo menos 18 anos de idade, estar em Fernando de Noronha pelo menos 01 dia e ter utilizado, no mínimo, 02 vezes os serviços dos estabelecimentos do Setor de Alimentação Fora do Lar (SAFL) da cidade.



- **CONSUMIDORES LOCAIS: AMOSTRAGEM POR QUOTAS POPULACIONAIS.** Os entrevistados, dentre os moradores da cidade, foram selecionados através da fixação de quotas proporcionais às distribuições de gênero (feminino, masculino) e idade da população de Fernando de Noronha, segundo dados do Censo 2000 do IBGE, consideradas as restrições dos filtros de idade e renda familiar já descritas.
- **TURISTAS: AMOSTRAGEM POR JULGAMENTO.** As entrevistas foram realizadas em locais de fluxo de turistas. A seleção do entrevistado foi feita pelo próprio entrevistador, sob orientação da coordenação de campo, que supervisionou o cumprimento dos critérios impostos para a entrevista.



Metodologia – Pesquisa Quantitativa: trabalhos de campo

- Os trabalhos de campo foram realizados entre os dias 21 e 25 de agosto de 2008. A abordagem aos entrevistados foi pessoal, face-face, aplicando-se um questionário contendo perguntas fechadas e abertas.
- O controle de qualidade e da veracidade das respostas foi realizado em tempo real, através de supervisão ativa do trabalho dos entrevistadores. Imediatamente após a aplicação, cada questionário foi revisado em busca de erros de preenchimento e de consistência de dados, com o retorno a campo daqueles considerados inadequados pela coordenação dos trabalhos.
- Quando necessário, os dados ausentes, decorrentes de não-resposta ou de incapacidade de resposta do entrevistado, foram tratados através de processamento eletrônico, resultando em sua substituição por valores calculados estatisticamente.



Metodologia – Pesquisa Qualitativa: entrevista semi-estruturada

- Normalmente, a entrevista semi-estruturada é classificada como técnica qualitativa de caráter aberto, embora admita, na construção do instrumento de coleta, questões fechadas e estruturadas, com vistas a possíveis quantificações.
- **EMPRESÁRIOS DO SAFL:** Nesta pesquisa, esta técnica de coleta foi utilizada para ouvir uma amostra de empresários do setor de alimentação fora do lar. A escolha justifica-se por ser necessário dar aos entrevistados uma considerável liberdade de resposta sobre temas voltados à gestão de suas empresas e à descrição do mercado local e suas características. Por outro lado, mostrou-se útil, também, quando, através de quantificações, pode-se efetuar comparações com questões de igual teor colocadas para os Consumidores Locais e Turistas, o que resultou em análises extremamente ricas de conteúdo estratégico.
- A amostra foi composta de 31 empresários, selecionados intencionalmente de listagem fornecida pela ABRASEL. As entrevistas foram aplicadas entre os dias 21 e 25 de agosto de 2008.

Metodologia – Pesquisa Qualitativa: entrevista em profundidade

- O ponto de vista das lideranças foi captado através de uma pesquisa em profundidade que abordou questões que permitiram uma análise rica da cidade do ponto de vista crítico e objetivo.
- A pesquisa com essas lideranças também ocorreu entre os dias 21 e 25 de agosto, nas cidades de Fernando de Noronha e Recife, de acordo com a disponibilidade do entrevistado.

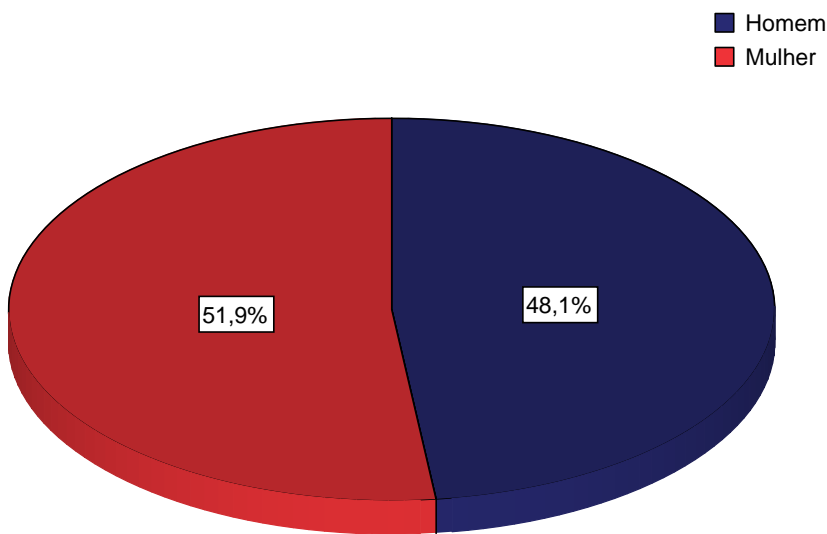


CAPÍTULO 2 – PERFIL DOS ENTREVISTADOS

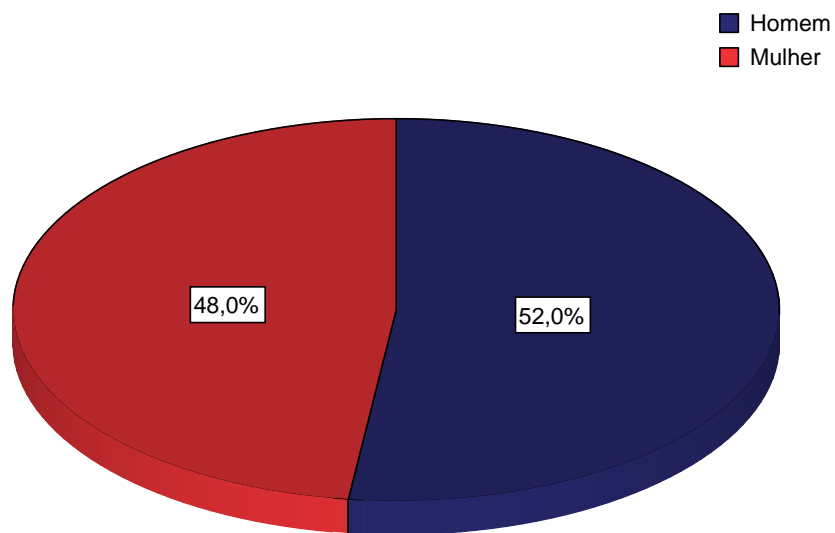
- Perfil Demográfico: Consumidores Locais e Turistas
- **○** Turista de Fernando de Noronha

Gênero dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Sexo do entrevistado - Consumidores Locais



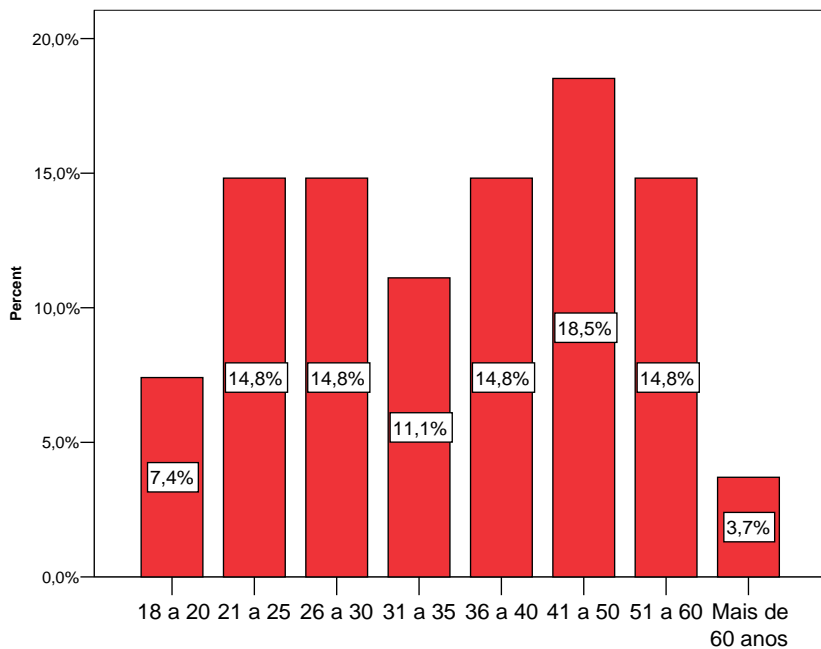
Sexo do entrevistado - Turistas



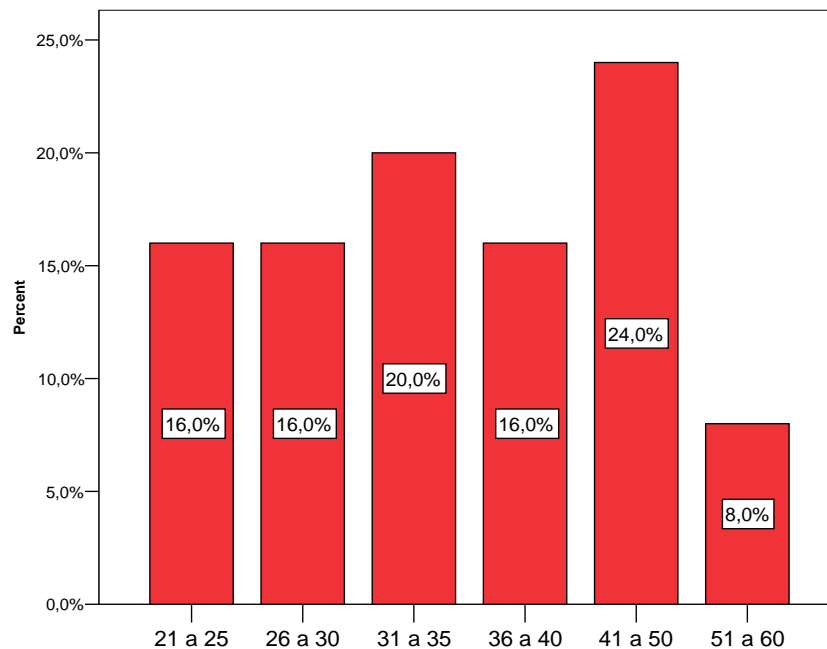
Entre os **Consumidores Locais**, pouco mais da metade dos entrevistados eram pessoas do sexo feminino (51,9%), enquanto que em relação aos **Turistas** eram homens (52%).

Faixas etárias dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Idade do entrevistado - Consumidores Locais



Idade do entrevistado - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



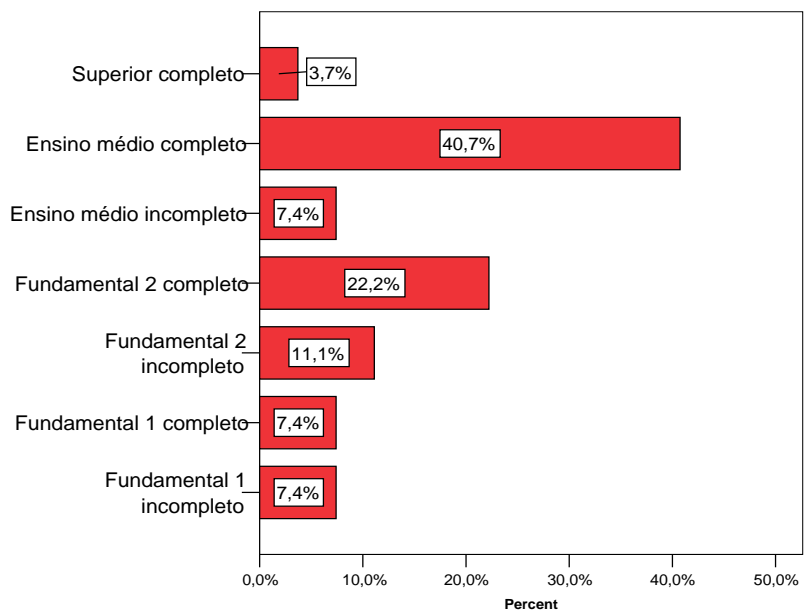
Faixas etárias dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

- Conforme cota fixada para a realização da pesquisa, foram abordados **Consumidores Locais** que atendiam a todas as faixa etárias. Podemos perceber que em Fernando de Noronha a amostra ficou bem distribuída em todas as faixas, com um pequeno destaque para a faixa de 41 a 50 anos, com 18,5% das entrevistas.
- Entre os **Turistas** entrevistados também houve uma distribuição considerável entre as faixas etárias. Nesse grupo, no entanto, dois grupos tiveram maior destaque em relação aos demais: 41 a 50 anos, com 24%, e 31 a 35 anos, com 20%.

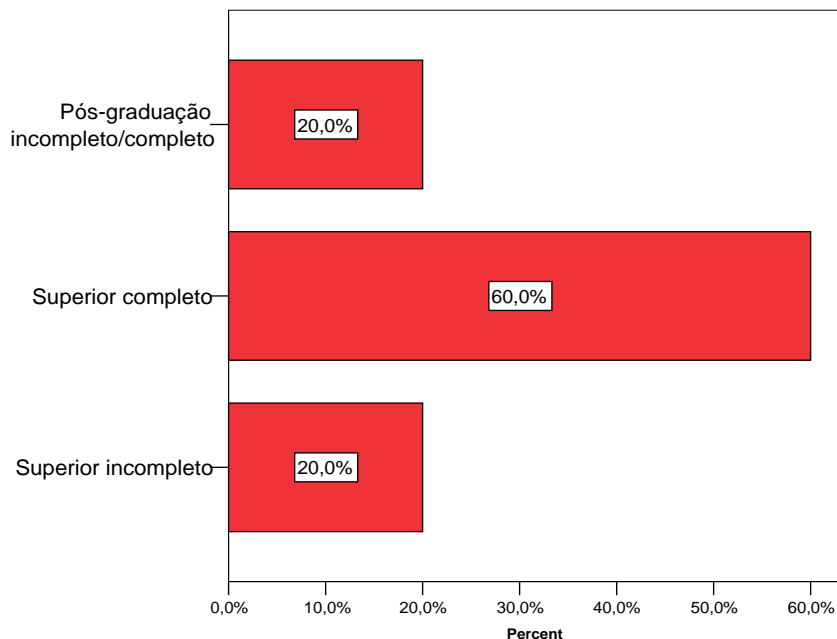


Escolaridade dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Nível de Escolaridade - Consumidores Locais



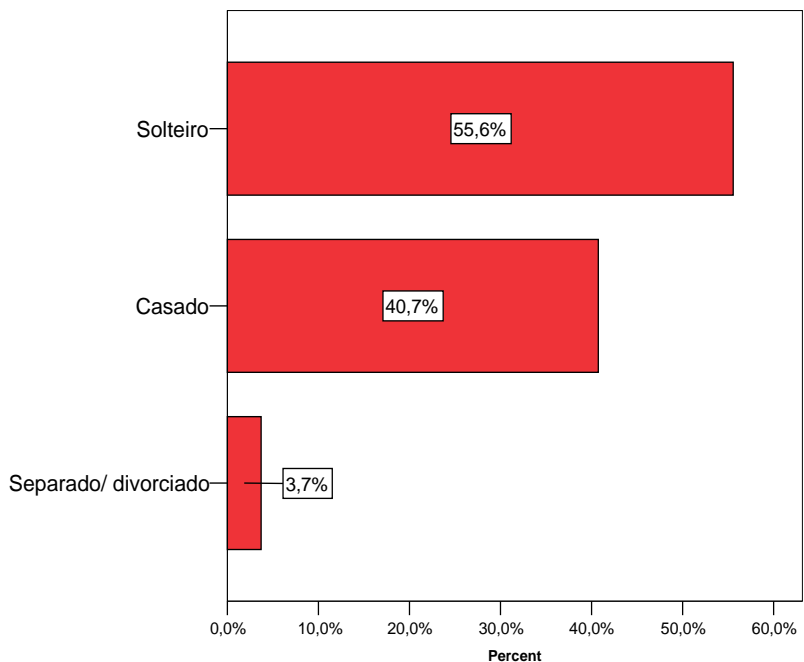
Nível de Escolaridade - Turistas



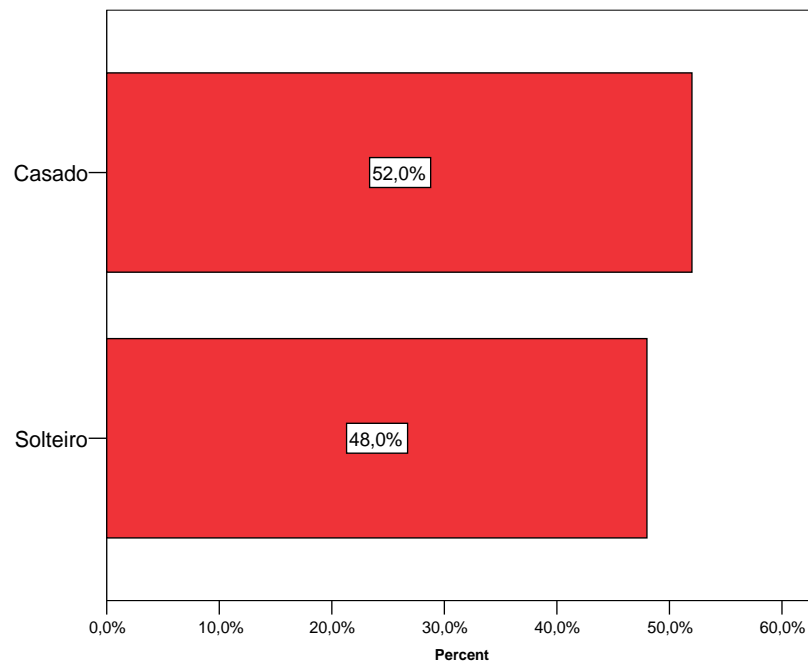
O grau de escolaridade dos **Consumidores Locais** está mais concentrado no ensino médio completo ou incompleto, representando quase metade dos entrevistados (48,1%). Já entre os **Turistas**, prevalece a formação com superior completo (60%). Devemos nos atentar ao fato dos níveis de escolaridade abaixo do superior não aparecem entre os turistas.

Estado Civil dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Estado Civil - Consumidores Locais



Estado Civil - Turistas



Em relação ao estado civil dos **Consumidores Locais**, os solteiros prevalecem em 55,6% dos entrevistados. Já em relação aos **Turistas**, há uma ligeira predominância dos casados entre os entrevistados (52%).

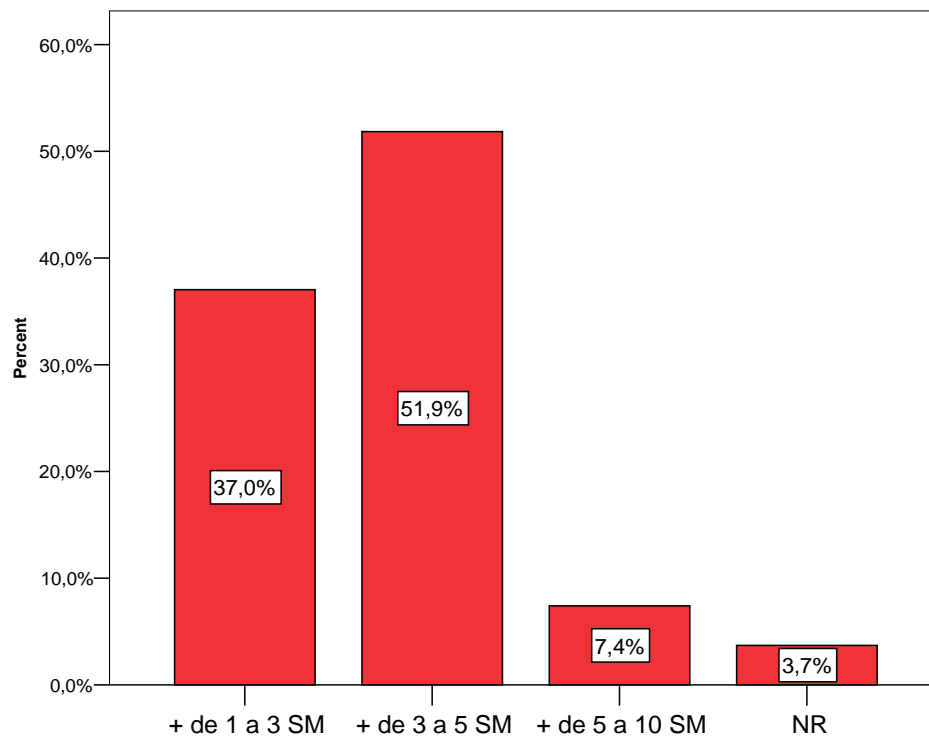
Renda familiar dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

- Como poderá ser visto nos próximos gráficos, a renda familiar dos **Turistas** entrevistados apresenta grande dissonância à dos **Consumidores Locais**.
- Para 88,9% dos entrevistados, a renda familiar dos **Consumidores Locais** se concentra nas faixas entre 1 a 5 salários mínimos.
- Já entre os **Turistas**, a renda familiar desse grupo se inicia na faixa entre 10 a 15 salários mínimos, tendo seus maiores picos nas faixas de mais de 40 salários mínimos (28%) e de 15 a 20 salários mínimos (24%). Um quinto da amostra não explicitou sua faixa de renda familiar na pesquisa.



Renda familiar dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

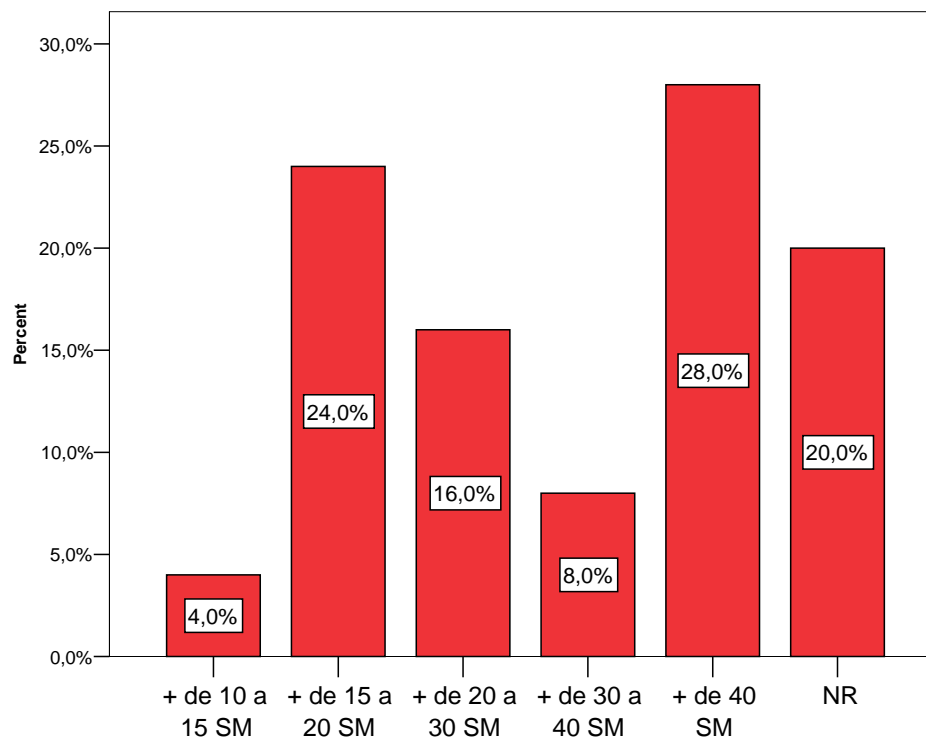
Faixa de renda familiar - Consumidores Locais



Referência: Salário Mínimo de R\$ 415,00 – Março de 2008

Renda familiar dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Faixa de renda familiar - Turistas



Referência: Salário Mínimo de R\$ 415,00 – Março de 2008

Perfil do turista de Fernando de Noronha: quem são, de onde vêm

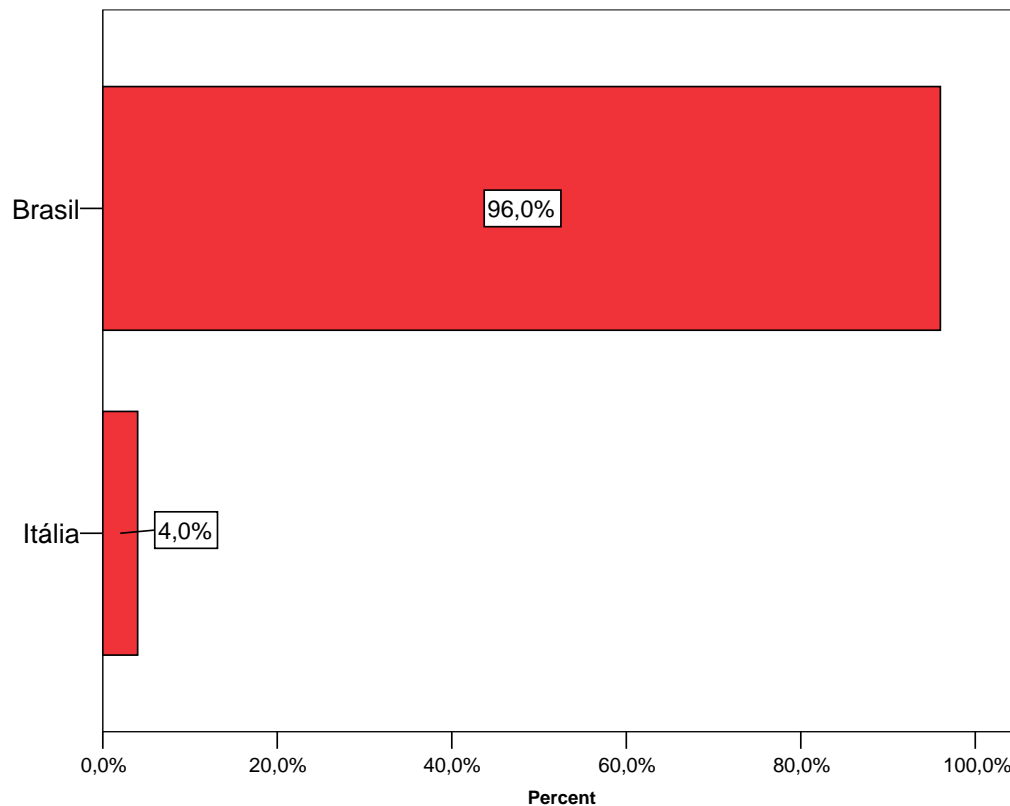
- O perfil dos **Turistas** de Fernando de Noronha é resultado da análise dos dados obtidos nos questionários aplicados à amostra deste público abordado no *survey*.
- A grande maioria dos **Turistas** é originária do Brasil, com maior concentração no próprio estado de Pernambuco. Minas Gerais aparece na seqüência, seguido de São Paulo. Ao todo, nove estados brasileiros possuem representação entre os entrevistados.
- Uma pequena parcela dos **Turistas** é originária da Itália.
- Os **Turistas** são atraídos para Fernando de Noronha exclusivamente em busca de lazer. Este destino é procurado principalmente para viagem de casais (casados ou solteiros), sendo que a maioria nunca esteve anteriormente na ilha.
- As pessoas chegam à ilha de avião e planejam ficar, principalmente, por um período de quatro a cinco dias.



Perfil do turista de Fernando de Noronha: origem

- A grande maioria dos **Turistas** entrevistados são brasileiros (96%). A Itália é o outro país que aparece na pesquisa (4%).

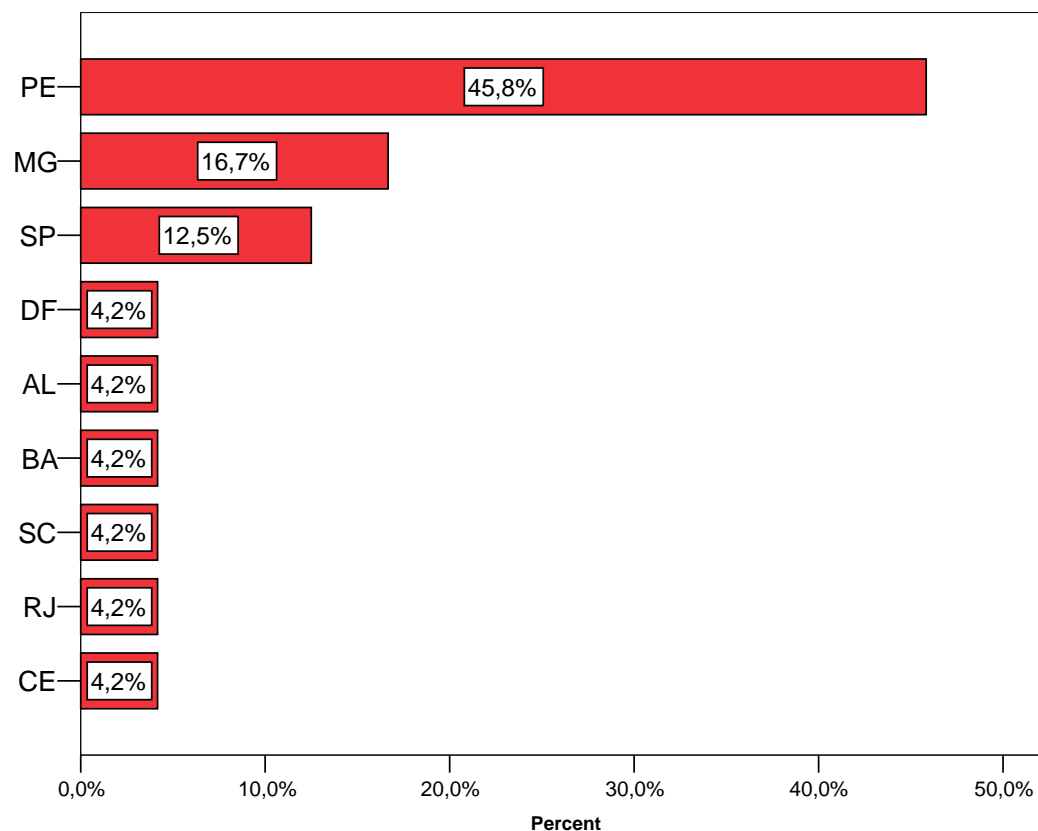
País de origem do entrevistado - Turistas



Perfil do turista de Fernando de Noronha: origem

- Entre os **Turistas** brasileiros, Pernambuco aparece com maior representatividade (45,8%), seguido por Minas Gerais (16,7%) e São Paulo (12,5%). Praticamente todas as regiões do país estavam representadas na pesquisa, excetuando o norte do Brasil.

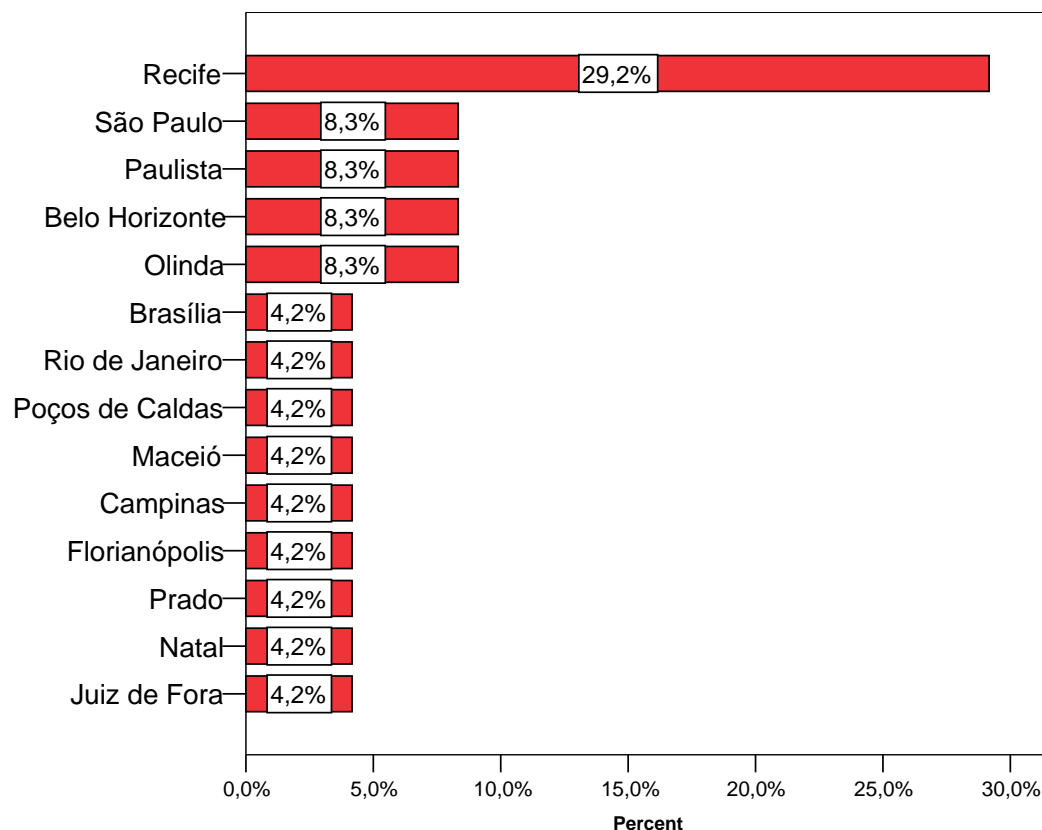
Estado de origem do entrevistado - Turistas



Perfil do turista de Fernando de Noronha: origem

- O gráfico ao lado mostra que a cidade de origem do **Turista** de Fernando de Noronha é, em grande parte, Recife (29,2%). A maioria dos entrevistados são originários de capitais brasileiras, num total de 66,8% da pesquisa.

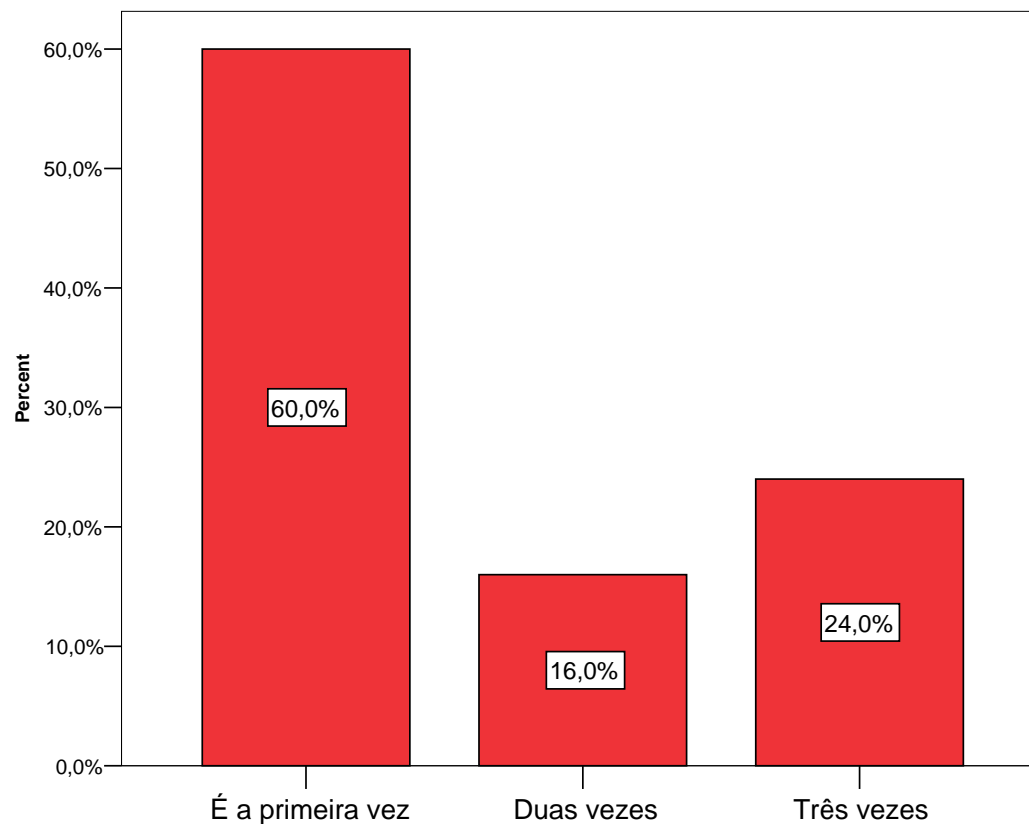
Cidade de origem do entrevistado - Turistas



Perfil do turista de Fernando de Noronha: freqüência a Fernando de Noronha

- Dentre os **Turistas** de Fernando de Noronha que foram entrevistados, 60% estavam conhecendo a ilha pela primeira vez.

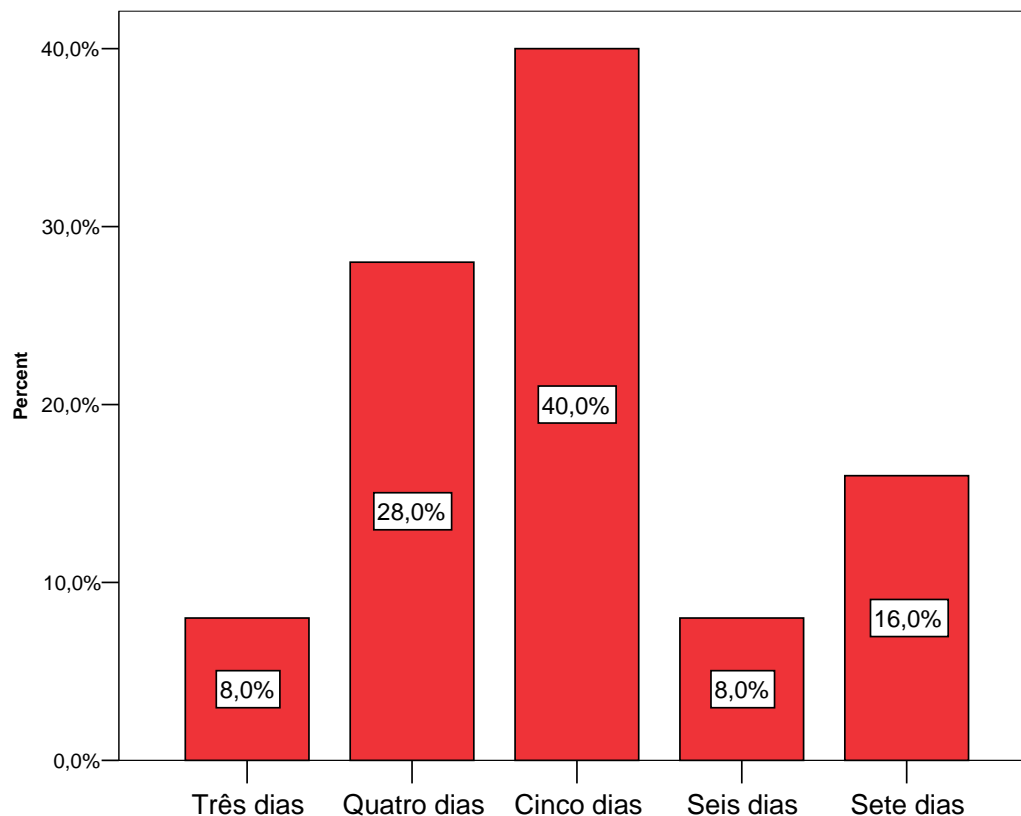
Quantas vezes o entrevistado já foi a Fernando de Noronha - Turistas



Perfil do turista de Fernando de Noronha: permanência na cidade

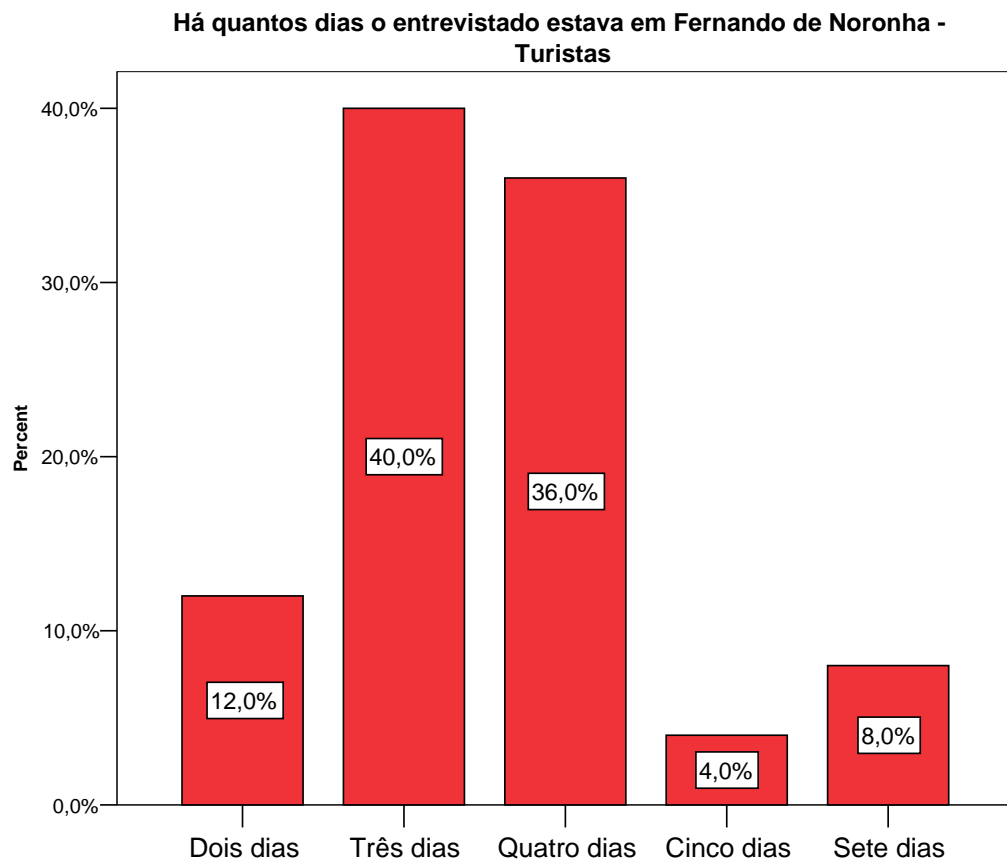
- A permanência dos **Turistas** na ilha de Fernando de Noronha é considerável, já que 76% dos entrevistados planejaram ficar na ilha de quatro a seis dias.

Tempo planejado para permanência em Fernando de Noronha - Turistas



Perfil do turista de Fernando de Noronha: permanência na cidade

- A grande maioria dos **Turistas** entrevistados estava em Fernando de Noronha entre três a quatro dias (76% das citações).



Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

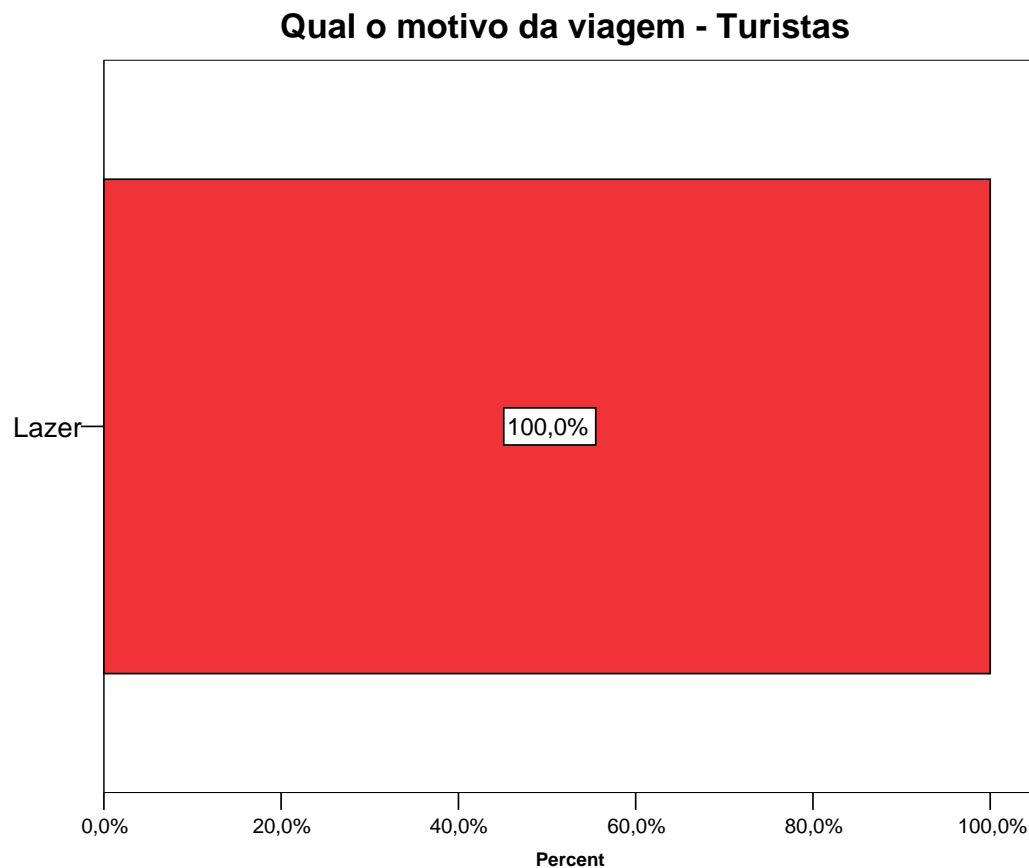
abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

B.R.A.S.I.L.
EM PAÍSES DE TODOS OS
GOVERNO FEDERAL

Perfil do turista de Fernando de Noronha: finalidade da viagem

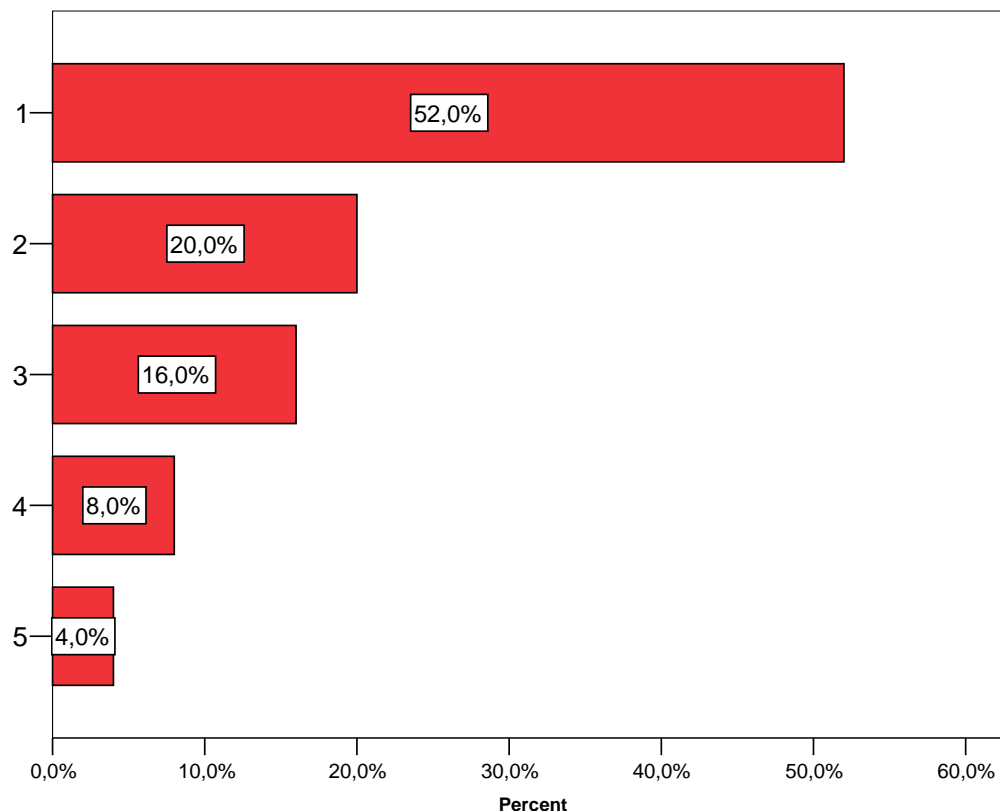
- Todos os entrevistados foram à Fernando de Noronha em busca de lazer, reforçando a imagem de que a ilha é um destino turístico de entretenimento.



Perfil do turista de Fernando de Noronha: com quem viajam

- Mais da metade dos **Turistas** entrevistados estava na ilha acompanhados de uma pessoa (52%).
- Podemos perceber que quanto maior for o grupo de pessoas, menor a sua representatividade na pesquisa, sendo o maior grupo composto por 6 pessoas (5 acompanhantes mais o entrevistado).

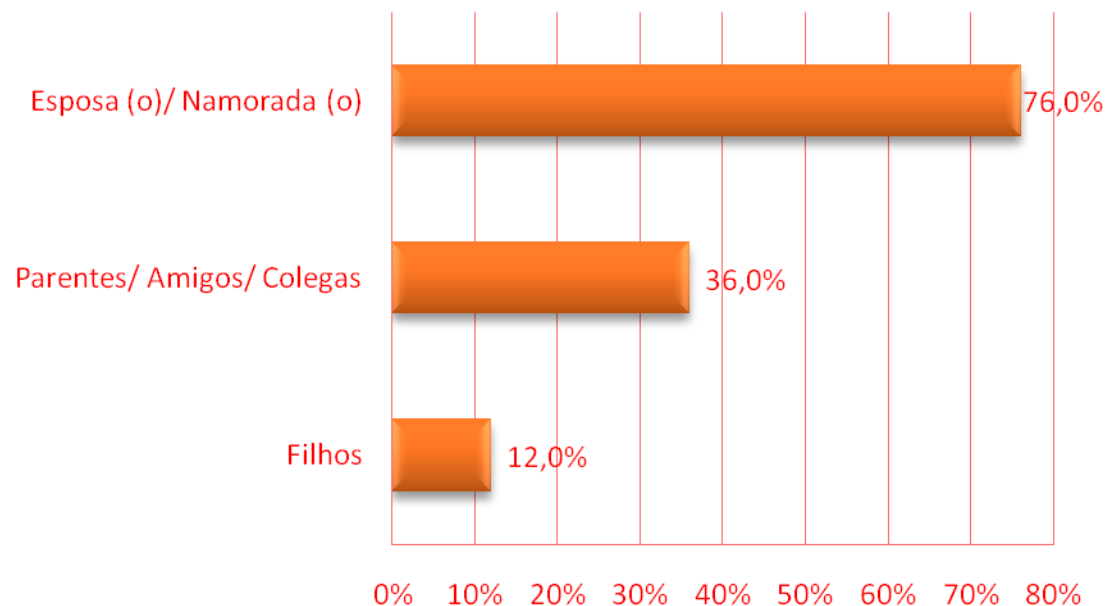
Com quantas pessoas o entrevistado estava viajando - Turistas



Perfil do turista de Fernando de Noronha: com quem viajam

- A ilha é muito procurada como destino romântico, já que 76% dos Turistas entrevistados estavam viajando com esposa (o)/namorada (o). Os parentes/amigos/colegas aparecem em segundo lugar, porém com menos da metade da porcentagem dos casais.

Com quem o entrevistado estava viajando Resultados para Turistas



Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA

Apoio:

SEBRAE

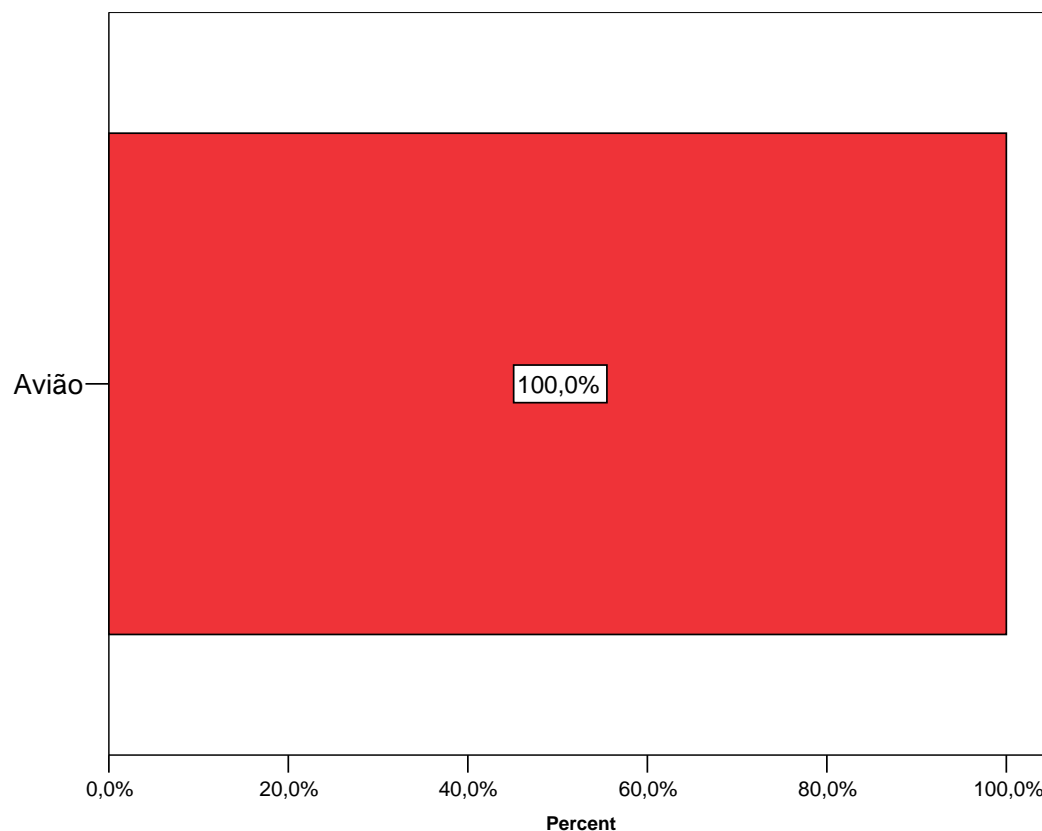
Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTESMinistério
do Turismo**B.R.A.S.I.L.**
EM PAÍSES DE TODOS OS
GOVERNO FEDERAL

Perfil do turista de Fernando de Noronha: como viajam

- Por se tratar de uma ilha, Fernando de Noronha apresenta somente duas opções de transporte: barco/navio ou avião. Todos os **Turistas** entrevistados optaram pelo avião como meio de transporte para o local.

Como o entrevistado chegou a Fernando de Noronha - Turistas



CAPÍTULO 3 - O TURISMO EM FERNANDO DE NORONHA

- O turismo na economia de Fernando de Noronha
- Principais atrativos
- Características positivas e negativas
- Hábitos de lazer

O turismo na economia de Fernando de Noronha: avaliações do Grupo de Governança

- Segundo o Grupo de Governança, a cidade tem no turismo o principal pilar econômico.

“Noronha, como um lugar de preservação, tem na exploração do turismo a única alternativa de geração de emprego e renda. Então, a atividade econômica aqui é o turismo, não há outra”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Hoje Noronha vive basicamente do Turismo, embora tenham várias entidades que trabalham em prol de diminuir o número de visitantes na ilha, por que a idéia é que não seja um destino turístico... Mas é, digamos assim, o que dá sustentabilidade aos ilhéus é o Turismo”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“A principal atividade econômica da ilha é o turismo. Ela sobrevive do turismo. Então, a partir do momento em que se deixa de praticar o turismo na ilha, não vai existir a população que tem lá. Por que, é o que eu disse antes, o que move a ilha é o turismo”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo na economia de Fernando de Noronha: avaliações do Grupo de Governança

- Apesar da vontade de diminuir o fluxo de turistas na ilha, muitos moradores passaram a investir nessa área. Além disso, muitos profissionais vêm de fora com o objetivo de explorar esse setor.
- Por este motivo, tem-se preocupado um pouco com o aprimoramento profissional das pessoas que trabalham nessa atividade.

“Quando perceberam que o turismo seria uma grande fonte de renda para elas, a população de Noronha começou a investir mais no turismo; muitos abriram pousadas, restaurantes, bares e começaram a viver disso. A ganhar dinheiro com estabelecimentos voltados para atender o turista”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo na economia de Fernando de Noronha: avaliações do Grupo de Governança

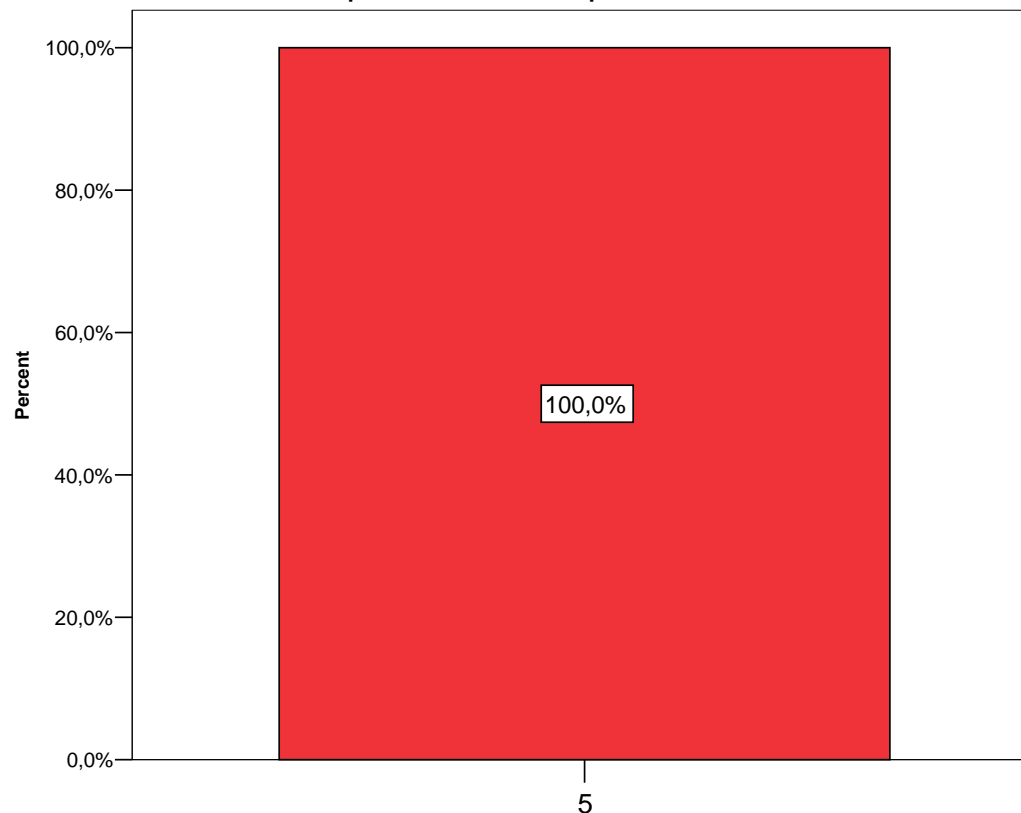
“Eu acredito que a população local, ultimamente, tem tido um crescimento muito grande. E eu acho que vários órgãos do governo, que tomam conta da administração de Noronha, estão percebendo a importância que tem a ilha até para a economia do Estado. Fernando de Noronha é hoje “o destino de turismo”, não é qualquer destino, é “O Destino de Turismo do Brasil”. E eles precisam de qualificação, sendo que está sendo dada uma atenção maior àqueles profissionais que estão dentro da ilha. Até muitos que estão lá vêm de São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Natal... Está sendo dada uma atenção mais especial a Ilha de Fernando de Noronha”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

O turismo na economia de Fernando de Noronha: Consumidores Locais

- Para os **Consumidores Locais** entrevistados o turismo tem altíssimo grau de importância, confirmando a percepção do Grupo de Governança. Podemos dizer, através deste gráfico e das opiniões expressas nas entrevistas em profundidade, que a ilha está totalmente voltada para o turismo.

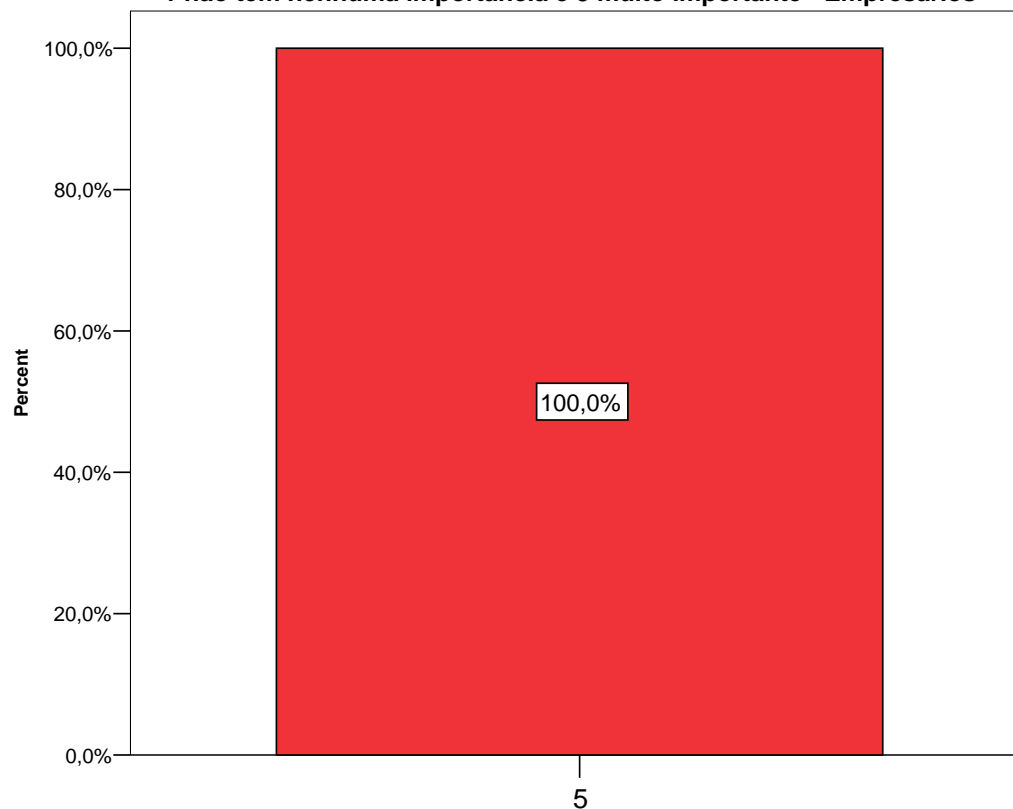
Importância do turismo em Fernando de Noronha para a economia da cidade - 1 Nenhuma importância e 5 muito importante - Consumidores Locais



O turismo na economia de Fernando de Noronha : Empresários do SAFL

- Os **Empresários** também compartilham da opinião do Grupo de Governança e dos Consumidores Locais, declarando que o turismo é uma atividade de extrema importância para a cidade.

Importância do turismo para a economia de Fernando de Noronha - Nota 1 não tem nenhuma importância e 5 muito importante - Empresários



O turismo na economia de Fernando de Noronha : pontos positivos e negativos – Sumarização

Pontos Positivos

- Projeção da cidade no cenário turístico mundial
- Fonte de renda para a população
- Isolamento que elimina ou diminui consideravelmente a concorrência

Pontos Negativos

- Preços consideravelmente altos
- Pouco profissionalismo no setor
- Isolamento

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



**Caminhos
do Sabor**
A união faz o destino

Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRS
EM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

O turismo em Fernando de Noronha : principais atrativos

- Os turistas buscam Fernando de Noronha, na opinião do Grupo de Governança, para desfrutar da ilha e de suas peculiaridades naturais.

“Noronha é realmente uma ilha pequena, acho que tem no máximo 40 restaurantes, não sei se chega a ter exatamente isso... São 40 empreendimentos que funcionam em sua grande maioria à noite. Durante o dia só dois, três restaurantes, que servem a quem visita Noronha. A qualidade dos serviços de Noronha é boa. Agora, quem está indo pra Noronha não está muito preocupado com alimentação. Está indo mais para desfrutar a Ilha. Embora tenha bons restaurantes, o principal objetivo dos turistas é conhecer a ilha e não a qualidade da alimentação que é servida. Não é o principal, até por que, o turista vai pra Noronha e passa o dia todo na rua, descansa à noite, pra no dia seguinte começar tudo de novo”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo em Fernando de Noronha : principais atrativos

- Em relação ao tipo de turista que busca a ilha, foi apontado como um programa voltado mais para casais, grupos de amigos e pessoas que possuem uma situação financeira melhor.

“O turista que quer levar criança para Noronha, eu não recomendo nem crianças, nem terceira idade. Por ser muito acidentado o terreno, sobe e desce. Se a criança tiver 10, 12 anos, ainda dá, mas menor do que isso nem os pais vão curtir a ilha, nem as crianças vão curtir. Por que cansam de caminhar, cansam de andar. As trilhas não são confortáveis para estar andando com criança. Não seria boa avaliação levar crianças pequenas para Noronha não”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Por que quem vai para ilha vai exatamente para conhecer as belezas naturais, andar muito, mergulhar... não é programa para criança. Eu não vejo como programa pra criança”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo em Fernando de Noronha : principais atrativos

“Não me recordo de local adequado para criança. Noronha não tem muito perfil de criança”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Principalmente porque o perfil do turista de dez anos para cá mudou radicalmente. Antigamente só vinha para cá os caras do trial, os caras do mergulho, os caras do surf. Eram os caras de mochila e tal. O europeu só chegava aqui de mochila nas costas. Mas mudou. Hoje em dia só vem gente de grana, a maioria é gente exigente, gente que não quer nem saber quem é o dono da pousada. É gente que quer conforto. Então, para esse tipo de pessoas, você tem que oferecer coisa de qualidade”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo em Fernando de Noronha : principais atrativos

- Outra questão apontada, além do perfil do turista, foi o que pode ser feito para atrair mais turistas para a ilha. Também foi apontado o fato de que a bebida, em alguns casos, é vendida por um valor muito acima do preço de mercado, sendo que isso talvez não fosse necessário.

*“Eu acho que há espaço. Até por que, a ilha não tem como estar expandindo, mas ela tem alguns espaços que tem como ser transformados em pontos de alimentação, alimentos e bebidas, de pontos de venda, no caso, bar e restaurantes.
– Acho que criar locais diferentes, adequados ao perfil daqueles turistas que visitam Noronha”.*

GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo em Fernando de Noronha : principais atrativos

“Por que, não justifica que a bebida seja tão cara como às vezes ela é cobrada. Por que, a comida tem todo um preparo por trás, ingredientes que vem daqui que são perecíveis. Mas a bebida não, você pode comprar uma quantidade maior, pode negociar, não justifica muitas vezes o preço que é cobrado lá em Fernando de Noronha. Realmente essa é uma coisa que a gente poderia trabalhar melhor pra ver se eles podem ganhar, não sem ter prejuízo, e não cobrar tão caro. Isso aí é um ponto que também precisa trabalhar”.

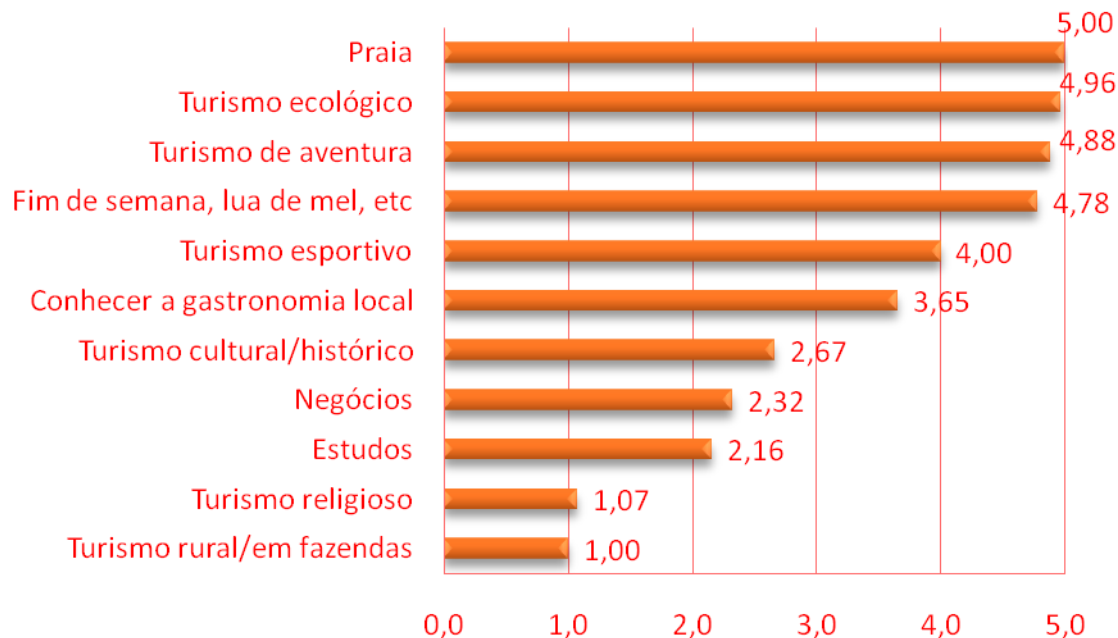
GRUPO DE GOVERNANÇA



O turismo em Fernando de Noronha: principais atrativos – Consumidores Locais

- Segundo os **Consumidores Locais** entrevistados, a praia é o principal atrativo de Fernando de Noronha, seguido do turismo ecológico, de aventura, fim de semana, lua de mel, etc, turismo esportivo. Percebe-se por esse gráfico, que para o Consumidor Local o principal diferencial, se pudéssemos sintetizar, seriam as belezas naturais.

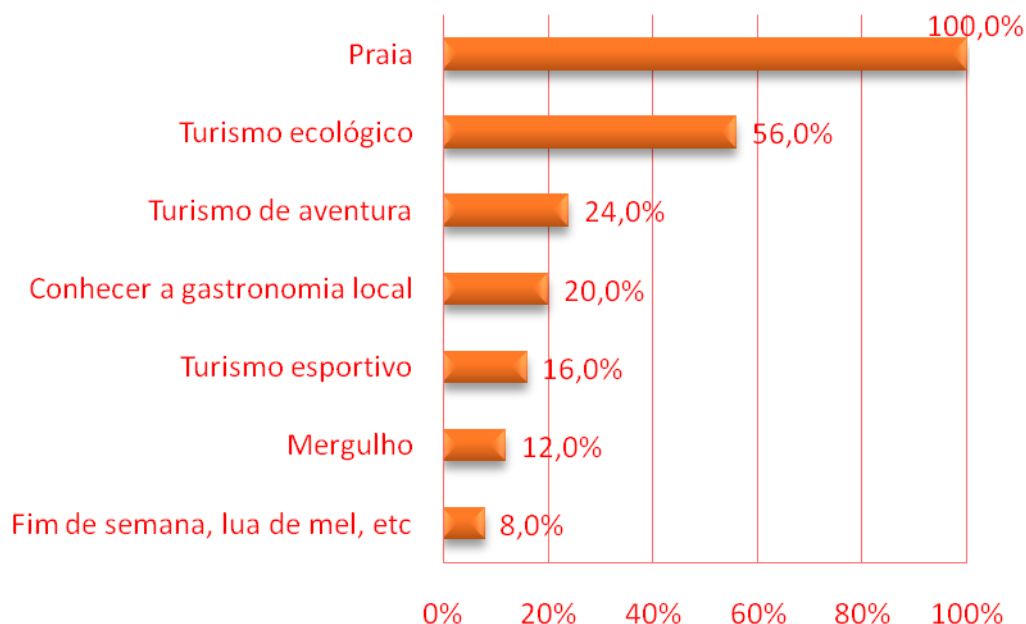
Tipos de turismo: Grau de atração em Fernando de Noronha - Resultados para Consumidores Locais



O turismo em Fernando de Noronha : principais atrativos – Turistas

- Os **Turistas** entrevistados confirmam a percepção dos Consumidores Locais em relação ao principal atrativo da cidade: praia (100%). Outros pontos, também citados pelo primeiro grupo, aparecem nas citações dos turistas: turismo ecológico (56%) e turismo de aventura (24%). A gastronomia, que aparecia para os consumidores locais em sexto lugar, para este grupo vem em quarto lugar em tipo de lazer procurado.
- Uma observação interessante é que apesar da maioria dos entrevistados serem casais, somente 8% citam o fim de semana e lua de mel como tipo de lazer procurado.

Tipos de lazer procurados em Fernando de Noronha Resultados para Turistas



O turismo em Fernando de Noronha: características positivas e negativas – Consumidores Locais

- Para identificar as melhores e piores qualidades do turismo na cidade, aos **Consumidores Locais, Turistas e Empresários do SAFL Local** foram feitas perguntas abertas, com três oportunidades de resposta.
- Para os **Consumidores Locais**, três melhores qualidades aparecem com destaque, sendo em primeiro lugar as praias (70,4%), seguida das riquezas naturais (55,6%) e o mergulho (44,4%).

Melhores qualidades de Fernando de Noronha para o turismo Resultados para Consumidores Locais (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Praias	19	70,4%
Riquezas naturais	15	55,6%
Mergulho	12	44,4%
Passeios de jangada/barcos	9	33,3%
Segurança	8	29,6%
Hospitalidade / Receptividade	6	22,2%
Tranqüilidade da cidade	3	11,1%
Golfinhos / tartarugas / tubarões	2	7,4%
Outras	3	11,1%

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



O turismo em Fernando de Noronha: características positivas e negativas –Turistas

- Os **Turistas** também consideram as praias em primeiro lugar em relação às qualidades da cidade (76%) e o mergulho (48%). A segurança aparece em terceiro lugar (36%) antes das riquezas naturais (32%) que também foram mencionadas pelos Consumidores Locais.
- Podemos perceber que a cidade possui peculiaridades que não são facilmente encontradas em outras cidades turísticas, reunindo características que se complementam.

Melhores qualidades de Fernando de Noronha para o turismo Resultados para Turistas (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Praias	19	76,0%
Mergulho	12	48,0%
Segurança	9	36,0%
Riquezas naturais	8	32,0%
Tranqüilidade da cidade	6	24,0%
Hospitalidade / Receptividade	4	16,0%
Passeios de jangada/barcos	2	8,0%
Golfinhos / tartarugas / tubarões	2	8,0%
Belezas naturais	2	8,0%
Passeios	2	8,0%
Outras	4	16,0%

O turismo em Fernando de Noronha: características positivas e negativas – Empresários do SAFL

- Os **Empresários do SAFL Local** colocam as praias em terceiro lugar no ranking. As belezas naturais aparecem em primeiro lugar (71%) e os mergulhos/passeios ao fundo do mar em segundo (41,9%).
- Uma observação interessante que podemos fazer é o fato da gastronomia não ter sido citada por nenhum dos grupos, aparecendo somente a variedade de restaurantes no grupo de Empresários do SAFL.

Melhores qualidades de Fernando de Noronha para o turismo Resultados para Empresários (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Belezas naturais	22	71,0%
Mergulhos/passeios ao fundo do mar	13	41,9%
Praias	11	35,5%
Tranqüilidade da cidade	9	29,0%
Cidade sem violência/segurança	6	19,4%
Preservação ecológica	4	12,9%
Receptividade do povo / hospitalidade	4	12,9%
Passeios	3	9,7%
Variedade de restaurantes	2	6,5%
A fauna	2	6,5%
Outros	8	25,8%

O turismo em Fernando de Noronha: características positivas e negativas – Consumidores Locais

- Quando solicitados a identificar os piores atributos de Fernando de Noronha, para os **Consumidores Locais** o que pesa em primeiro lugar é a taxa de preservação ambiental (29,6%). Com a mesma porcentagem de citações, nenhuma característica foi apontada. E em terceiro lugar temos a falta de infra-estrutura da cidade (25,9%).
- Os preços altos dos alimentos que foram apontados pelo Grupo de Governança, aparecem aqui em quinto lugar, com 11,1% das citações.

Piores características de Fernando de Noronha para o turismo Resultados para Consumidores Locais (Respostas múltiplas)

Taxa de preservação ambiental	8	29,6%
Nenhum	8	29,6%
Falta de infra-estrutura (barro, buracos)	7	25,9%
Dengue	5	18,5%
Preços altos dos alimentos nos restaurantes e bares	3	11,1%
Falta de água tratada	3	11,1%
Preços altos das pousadas / hotéis	2	7,4%
Sujeira da cidade	2	7,4%
Preços altos	2	7,4%
Outras	2	7,4%

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



O turismo em Fernando de Noronha: características positivas e negativas – Turistas

- Assim como para os Consumidores Locais, para os **Turistas** entrevistados, a principal característica negativa de Fernando de Noronha é a taxa de preservação ambiental (64%). Para este grupo, a falta de infra-estrutura aparece em segundo lugar (40%) e somente em terceiro lugar nenhuma característica é percebida (24%).
- A dengue e a sujeira da cidade também são percebidos pelos **Turistas** como piores características da cidade.

Piores características de Fernando de Noronha para o turismo Resultados para Turistas (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Taxa de preservação ambiental	16	64,0%
Falta de infra-estrutura (barro, buracos)	10	40,0%
Nenhum	6	24,0%
Dengue	3	12,0%
Sujeira da cidade	2	8,0%
Outras	5	20,0%

O turismo em Fernando de Noronha: características positivas e negativas – Empresários do SAFL

- Também para os **Empresários do SAFL Local**, as taxas de preservação ambiental é a pior característica da cidade. Ao contrário dos outros dois grupos, para eles o preço das passagens aéreas aparece em segundo lugar (29%), antes de nenhuma característica (19,4%). A falta de infra-estrutura só aparece em quarto lugar e empatada com o preço elevado dos passeios (9,7%).
- Foi apresentado um elevado número de motivos diversificados que são apontados na tabela como outros (67,7%).

Piores características de Fernando de Noronha para o turismo Resultados para Empresários (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Taxas de preservação ambiental	12	38,7%
Preço das passagens aéreas	9	29,0%
Nenhum	6	19,4%
Falta de infra-estrutura, banheiros nas praias	3	9,7%
Preço dos passeios elevados	3	9,7%
Estradas dentro da ilha são ruins	2	6,5%
Outros	21	67,7%

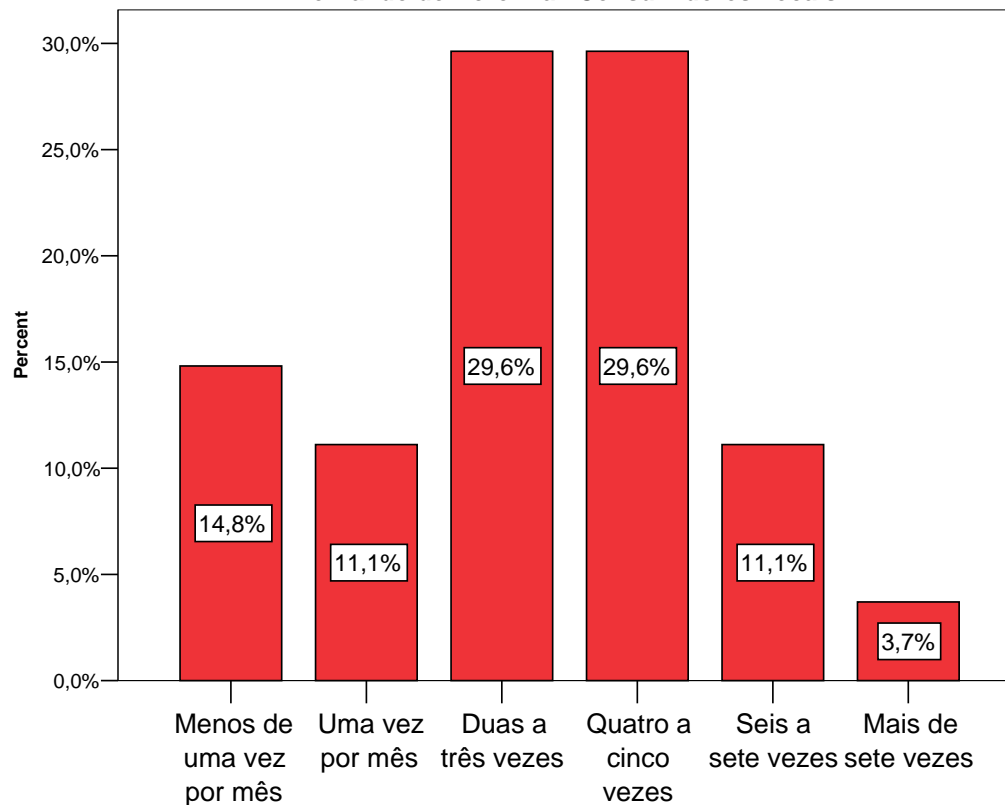
CAPÍTULO 4 – FATORES DE COMPETITIVIDADE DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR DE FERNANDO DE NORONHA

- **Frequência aos estabelecimentos**
- **O processo decisório dos consumidores**
- **Avaliação de qualidade por atributos**
- **Avaliação geral da qualidade**
- **Divulgação – Publicações especializadas**

Freqüência a estabelecimentos do SAFL – Consumidores Locais

- Os **Consumidores Locais** não vão com muita freqüência aos estabelecimentos do SAFL, sendo que a grande maioria vai de duas a cinco vezes ao mês (59,2%). Já a resposta menos de uma vez por mês também apareceu com certa freqüência, ocupando 14,8% das citações. Uma parcela muito pequena freqüenta estes estabelecimentos mais de sete vezes por mês (3,7%).

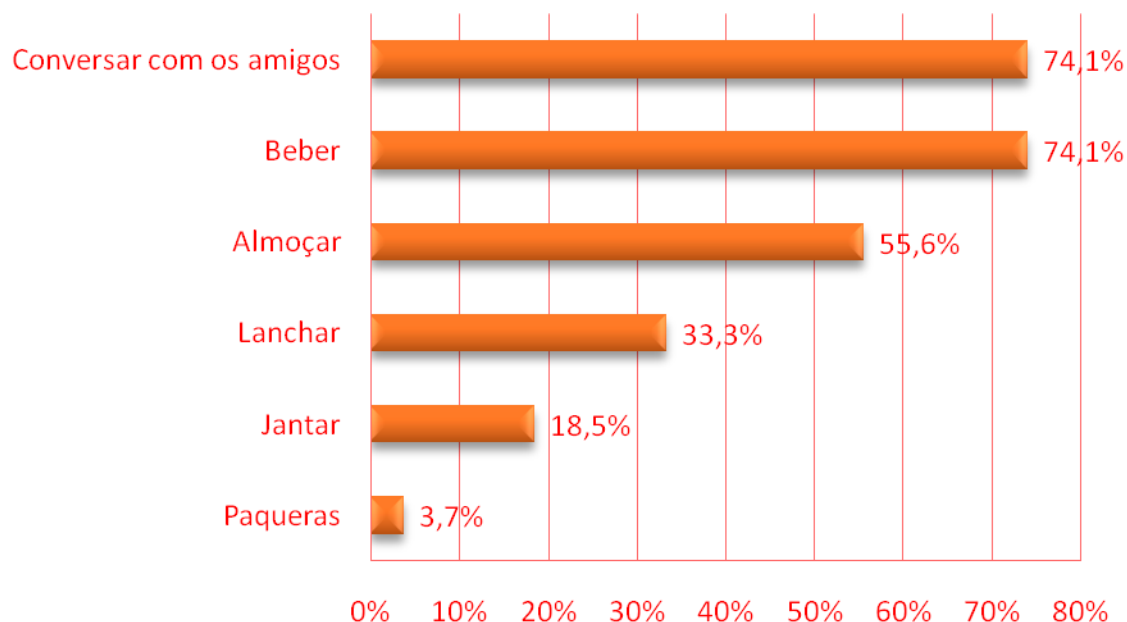
Quantas vezes por mês vai a algum estabelecimento do SAFL de Fernando de Noronha - Consumidores Locais



Freqüência a estabelecimentos do SAFL – Consumidores Locais

- A conversa com os amigos (74,1%) e beber (74,1%) são os principais motivos para os **Consumidores Locais** freqüentarem esses estabelecimentos. Em segundo lugar vem o almoço, com 55,6% das citações.
- Podemos perceber que estes estabelecimentos são procurados principalmente como ponto de encontro para interações sociais.

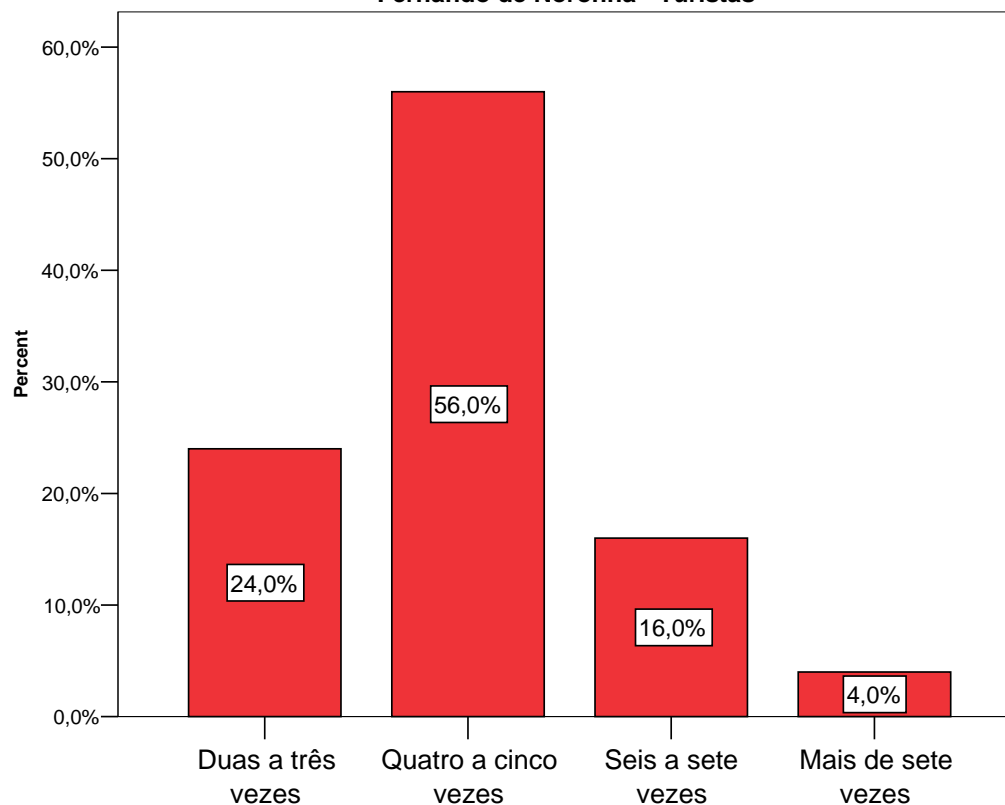
Por quais motivos o entrevistado freqüenta algum estabelecimento do SAFL Resultados para Consumidores Locais



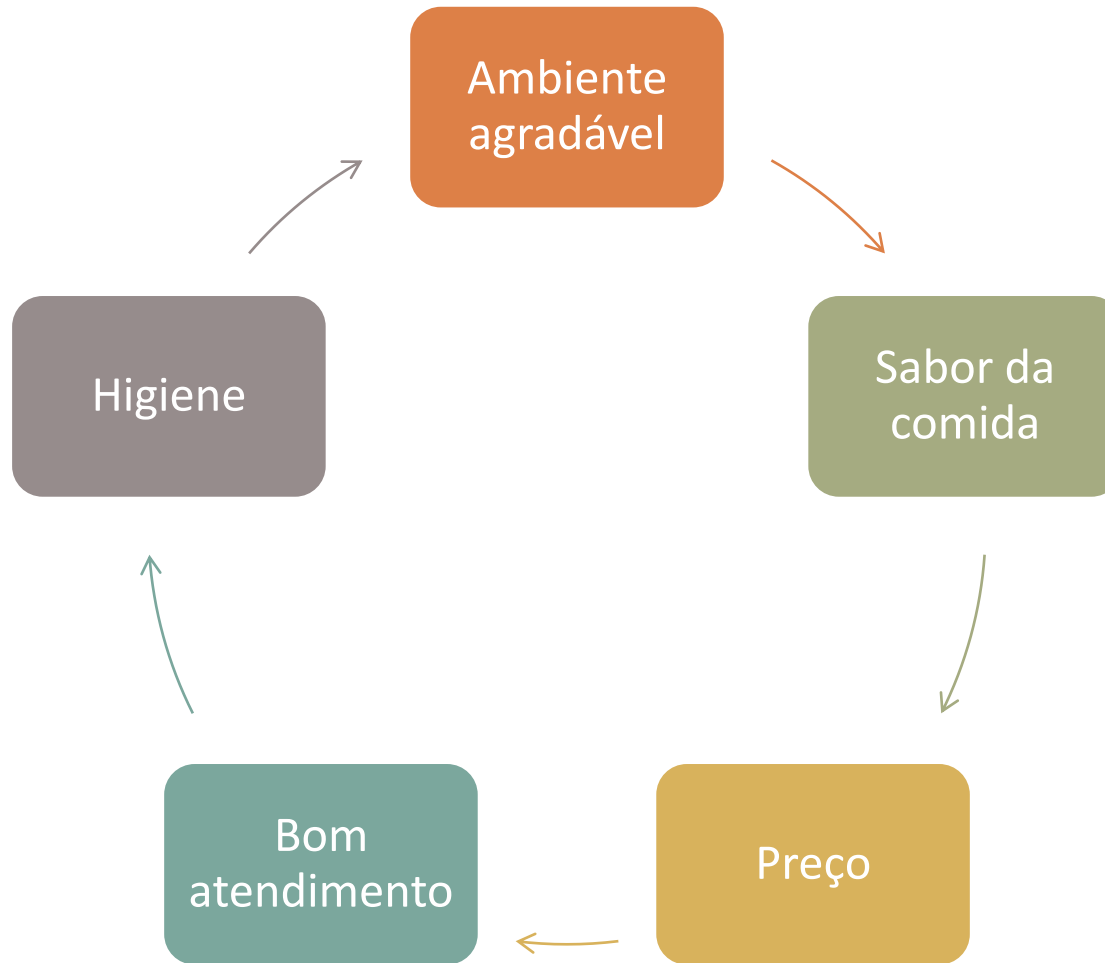
Freqüência a estabelecimentos do SAFL – Turistas

- Entre os **Turistas** entrevistados, a maioria já esteve nos estabelecimentos de SAFL de quatro a cinco vezes (56%).
- Podemos dizer que trata-se de uma freqüência razoável para uma amostra que está, em sua maior parte, há quatro ou cinco dias na cidade.

Quantas vezes o entrevistado foi a algum estabelecimento do SAFL em Fernando de Noronha - Turistas



A escolha de um bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento do SAFL



A escolha de um bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento do SAFL – Avaliações do Grupo de Governança

- Em relação à população, sendo o Grupo de Governança, é bastante complicado especificar os critérios utilizados para esta escolha porque a população é considerada bastante atípica.

“A população de Fernando de Noronha é atípica. Ela é composta, na sua grande maioria, de pessoas de origem humilde. E isso está muito agregado. Os hábitos de lazer da população não são, por exemplo, os mesmos do continente. Por exemplo, o hábito do happy hour praticamente não existe aqui. O hábito de se encontrar em restaurantes, comemorar datas em restaurantes, ir a restaurantes em final de semana com a família, isso é um hábito não muito difundido aqui. E a população, ela... assim, se você for comparar, for estratificar a população de acordo com o seu nível cultural... Por quê? Porque as atividades de lazer estão muito ligadas à cultura, ligadas à pessoa. Então, se você for ver, você vai perceber que a maioria da população tem um nível cultural, tem uma escolaridade muito baixa. E também tem uma origem muito humilde. Onde no continente não havia, obviamente, hábitos de freqüentar bares e restaurantes”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A escolha de um bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento do SAFL – Avaliações do Grupo de Governança

- Já em relação aos turistas, para o Grupo de Governança, os critérios podem ser definidos em função do tipo de turista que está sendo avaliado.

“O turista, tem dois grandes grupos de turista. Tem aquele que veio pelo pacotão. Que é aquele que comprou o pacote em doze vezes e que já veio com tudo pago, e não tem muito dinheiro para gastar aqui. Esse é o turista do restaurante no peso ou da lanchonete. E o outro segmento de turista é aquele que está habituado a restaurante, é aquele que veio num pacote mais caro, ou então veio direto para a pousada... Esse procura freqüentar os melhores restaurantes da ilha”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A escolha de um bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento do SAFL – Consumidores Locais

- Para descrever alguns aspectos de como escolhem um bar ou restaurante, os entrevistados responderam a uma pergunta aberta, com três oportunidades de resposta.
- Para os **Consumidores Locais** entrevistados, 4 atributos aparecem com mais de 10 citações: bom atendimento e preço (66,7% cada), sabor da comida (55,6%) e higiene (44,4%).

Atributos de escolha de um estabelecimento do SAFL Resultados para Consumidores Locais (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Bom atendimento / Cordialidade dos atendentes	18	66,7%
Preço	18	66,7%
Sabor da comida	15	55,6%
Higiene / Limpeza	12	44,4%
Ambiente agradável	8	29,6%
Variedade dos cardápios	2	7,4%
Hospitalidade / receptividade	1	3,7%
Cerveja gelada	1	3,7%
NR	1	3,7%

A escolha de um bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento do SAFL - Turistas

- Já os **Turistas** entrevistados priorizaram o ambiente agradável na escolha de um estabelecimento (52%), seguidos de higiene/limpeza (48%) e do bom atendimento (44%). O preço, que aparece com destaque para a população, na classificação deste grupo é o quarto atributo a ser considerado (36%).
- Os cinco primeiros atributos são unânimes para os dois grupos mas aparecem com ordens de prioridades e frequências diferentes.

Atributos de escolha de um estabelecimento do SAFL Resultados para Turistas (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Ambiente agradável	13	52,0%
Higiene / Limpeza	12	48,0%
Bom atendimento / Cordialidade dos atendentes	11	44,0%
Preço	9	36,0%
Sabor da comida	7	28,0%
Variedade dos cardápios	6	24,0%
Qualidade dos alimentos / comida	5	20,0%
Boa comida	4	16,0%
Aparência	2	8,0%
Outras	4	16,0%

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais

Para entender estrategicamente os processos envolvidos na escolha de um estabelecimento, um modelo de decisão que relaciona a importância de um atributo com a sua incidência na avaliação dos estabelecimentos locais foi desenvolvido para nesta pesquisa. Seu desenvolvimento compreende três passos.

1- Importância de atributos na decisão

- Em uma escala de 1 a 10, avaliação de 30 atributos em função da importância que têm no processo de escolha de um bar, restaurante ou estabelecimento similar pelo entrevistado.

2- Avaliação dos estabelecimentos locais¹

- Utilizando a mesma escala e os mesmos atributos, avaliação da qualidade dos estabelecimentos do SAFL local.

3- Análise comparativa

- Comparação¹, através de tabelas, que analisam a importância dos atributos e suas percepções na avaliação da expectativa e desempenho dos estabelecimentos locais.

¹ Média das notas de 1 a 10.

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES

Ministério do Turismo
BRASIL
EM PAÍS DE TODOS O GOVERNO FEDERAL

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais

A importância dos atributos na escolha dos entrevistados indicam a relevância que têm em relação à qualidade dos estabelecimentos e estão classificados em alta, média e baixa.

Quando avaliados sob a percepção de sua qualidade, os mesmos atributos foram avaliados em alto, médio e baixo desempenho.

Quando comparados, a relevância e desempenho indicam pontos que devem ser reforçados, mantidos ou corrigidos.

Os atributos de alta relevância ou desempenho estão indicados em azul. Os de média, em amarelo e os de baixa em vermelho.

Nas tabelas que se seguem, coincidência entre as cores nas colunas Relevância e Desempenho indicam pontos que devem ser mantidos ou reforçados. Cores diferentes indicam a necessidade de algum tipo de correção.

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



**Caminhos
do Sabor**
A união faz o destino

Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRASIL
UM PAÍS, MUITOS GOVERNOS
GOVERNO FEDERAL

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais

- Para equiparar estatisticamente os índices encontrados, as médias obtidas nas escalas de avaliação, que eram de 1 a 10, foram transformadas através do cálculo de médias padronizadas, que os torna equivalentes independentemente dos valores máximos e mínimos em cada avaliação.
- Este procedimento resolve o seguinte problema: uma nota 8 em um grupo de notas cuja média geral é 7 é diferente de uma nota 8 em outra escala de média 5.
- Através da padronização, consegue-se a certeza de que as avaliações de relevância e de qualidade têm o mesmo significado.



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Consumidores Locais

Atributos de alta relevância – Consumidores Locais

	Relevância média	Desempenho médio
Limpeza e higiene das instalações físicas	10,00	8,65
Ter placas, fachada e outras sinalizações bem visíveis	10,00	8,42
Localização	10,00	9,77
Agilidade no atendimento	10,00	9,19
Cordialidade no atendimento	10,00	9,54
Higiene no preparo dos pratos	10,00	9,88
Apresentação do prato	10,00	9,69
Sabor da comida	10,00	9,77
Tamanho da porção servida	10,00	9,73
Preços praticados	10,00	4,27
Oferecer espaços e serviços para crianças	10,00	1,69
Ter opções de acessibilidade para idosos e pessoas com necessidades especiais	10,00	1,77
Segurança do local	10,00	9,92
Variedade de bebidas	10,00	9,76
Variedade do cardápio	10,00	9,19
Ofertar comidas e bebidas típicas do local	10,00	9,19
Horários e dias de atendimento	10,00	9,42
Ter cardápio traduzido para outra língua	10,00	9,17
Conforto das instalações	9,96	8,65
Apresentação dos garçons/atendentes	9,96	8,46
Decoração do ambiente	9,92	8,92
Estacionamento	9,92	8,50
Aceitar cartões de crédito e/ou débito	9,88	9,29
Perfil dos freqüentadores	9,88	9,77
Ser um lugar da moda	9,88	9,24

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Consumidores Locais

Atributos de média relevância – Consumidores Locais		
	Relevância média	Desempenho médio
Qualidade da carta de vinhos	9,76	8,59
Ser listado em guias locais	9,72	9,28
Ser um estabelecimento tradicional	9,69	8,31
Ser listado em publicações como Veja, Guia 4 Rodas, Guia Michelin, etc.	9,58	8,40

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Consumidores Locais

Atributos de baixa relevância – Consumidores Locais		
	Relevância média	Desempenho médio
Ser sofisticado	9,35	7,12

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrase
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Turistas

Atributos de alta relevância - Turistas		
	Relevância média	Desempenho médio
Limpeza e higiene das instalações físicas	10,00	8,40
Agilidade no atendimento	10,00	8,12
Cordialidade no atendimento	10,00	9,40
Higiene no preparo dos pratos	10,00	9,05
Apresentação do prato	10,00	8,92
Sabor da comida	10,00	9,76
Tamanho da porção servida	10,00	9,44
Preços praticados	10,00	6,32
Segurança do local	10,00	10,00
Conforto das instalações	10,00	8,68
Apresentação dos garçons/atendentes	10,00	8,48
Variedade do cardápio	10,00	9,48
Ofertar comidas e bebidas típicas do local	10,00	9,80
Ter placas, fachada e outras sinalizações bem visíveis	9,96	8,20
Horários e dias de atendimento	9,96	9,84
Localização	9,92	8,92
Aceitar cartões de crédito e/ou débito	9,92	8,75
Oferecer espaços e serviços para crianças	9,92	1,81
Ter opções de acessibilidade para idosos e pessoas com necessidades especiais	9,92	2,05
Variedade de bebidas	9,92	9,67
Perfil dos freqüentadores	9,92	9,76
Ter cardápio traduzido para outra língua	9,88	9,21
Decoração do ambiente	9,84	8,28
Qualidade da carta de vinhos	9,80	7,53
Ser um estabelecimento tradicional	9,80	8,82

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Turistas

Atributos de média relevância - Turistas		
	Relevância média	Desempenho médio
Estacionamento	9,76	8,04
Ser listado em guias locais	9,72	8,95
Ser um lugar da moda	9,60	9,10

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Turistas

Atributos de baixa relevância - Turistas		
	Relevância média	Desempenho médio
Ser listado em publicações como Veja, Guia 4 Rodas, Guia Michelin, etc.	9,44	8,82
Ser sofisticado	9,28	7,44

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍS DE TURISMO
GOVERNO FEDERAL

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Empresários do SAFL

Atributos de alta relevância - Empresários		
	Relevância média	Desempenho médio
Agilidade no atendimento	10,06	7,97
Limpeza e higiene das instalações físicas	10,00	8,48
Cordialidade no atendimento	10,00	8,55
Higiene no preparo dos pratos	10,00	8,81
Apresentação do prato	10,00	9,00
Sabor da comida	10,00	9,45
Tamanho da porção servida	10,00	9,16
Decoração do ambiente	10,00	8,16
Oferecer espaços e serviços para crianças	10,00	2,42
Ter opções de acessibilidade para idosos e pessoas com necessidades especiais	10,00	2,52
Segurança do local	10,00	9,77
Variedade de bebidas	10,00	9,48
Conforto das instalações	10,00	8,61
Apresentação dos garçons/atendentes	10,00	8,13
Variedade do cardápio	10,00	9,58
Ofertar comidas e bebidas típicas do local	10,00	9,39
Ter placas, fachada e outras sinalizações bem visíveis	9,97	7,81
Preços praticados	9,97	6,87
Aceitar cartões de crédito e/ou débito	9,97	8,42
Cardápio traduzido para outra língua	9,97	9,03
Localização	9,94	8,84
Horários e dias de atendimento	9,94	9,23
Estacionamento	9,84	7,13
Qualidade da carta de vinhos	9,84	7,61

Coordenação:



Pesquisa:



Caminhos do Sabor
A união faz o destino

Apoio:



Realização:



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Empresários do SAFL

Atributos de média relevância - Empresários		
	Relevância média	Desempenho médio
Tradição	9,77	8,42
Perfil dos freqüentadores	9,74	9,71
Ser listado em guias locais	9,71	8,77
Estar na moda	9,71	8,93

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Empresários do SAFL

Atributos de baixa relevância - Empresários		
	Relevância média	Desempenho médio
Ser listado em publicações como Veja, Guia 4 Rodas, Guia Michelin, etc.	9,55	8,46
Sofisticação	9,29	7,87



Avaliações qualitativas – Entrevistas em Profundidade

- As avaliações da qualidade feitas pelos integrantes do Grupo de Governança de Fernando de Noronha foram conduzidas com a utilização de uma técnica diferente da utilizada para os Consumidores Locais, Turistas e Empresários do SAFL.
- As análises são qualitativas e não apresentam índices estatísticos. Entretanto são valiosas se tomadas pelo lado conceitual, que representa o entendimento que o Grupo responsável pela condução do projeto Caminhos do Sabor na localidade tem da qualidade dos estabelecimentos locais.

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

Higiene

- Deixa a desejar para alguns representantes do Grupo de Governança, mas está melhorando, na opinião de outros

“Como eu falei antes, de uns tempos pra cá, cinco anos pra cá, a ilha vem se profissionalizando. Os empresários tem se preocupando cada vez mais em oferecer qualidade nos serviços, qualidade no tipo de gastronomia que se oferece, ao fazer a comida tem todos os cuidados com a higiene, e também no atendimento. Então hoje Fernando de Noronha já tem uma qualidade nos serviços bem melhor do que tinha há alguns anos. Mas existe muito por fazer ainda”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Eu acho que 10%, 20%, talvez, são restaurantes de muito boa qualidade os outros 80%, 60% mais ou menos são de médio, e os outros são pequenas restaurantes, lanchonetes que estão ali para atender aquele turista que vai mesmo pra conhecer e gastar o mínimo possível”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

Atendimento

- É um item a ser melhorado e mais qualificado para atender o nível do turista.

“Eu acho que pode melhorar com relação ao atendimento. Por esse fator, por esse obstáculo que eu te falei. Que eles têm essa entrada e saída muito grande de funcionários, por que, nem todo mundo agüenta ficar muito tempo na ilha. Então essa qualificação deve ser constante na ilha”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Não, isso é muito precário também. Existe uma tendência dos restaurantes aqui a serem... tipo assim, parece restaurante de subúrbio. Que é aquele restaurante de guarnição. Quando a gente está falando de qualidade, a gente fala de ponto de vista, que é o ponto de vista do turista que gasta uma fortuna para vir para cá. Então Noronha não é um lugar popular. Noronha é um lugar de turismo diferenciado. E como tal, os serviços deveriam estar estruturados para atender esse público”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

Cardápio

- Existe uma variedade, mas sempre em função do peixe e frutos do mar.
 - Em relação à tradução, não foi considerado um item satisfatório, assim como a carta de vinhos.

“Há uma variedade, mas assim, o mais forte é o... são os frutos do mar. Mas existem outras variedades de comida. Existe muita pizzaria, existe... carne é mais difícil...o mais forte são os frutos do mar”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Tem essa dificuldade de comunicação, por que a maioria da população não fala fluentemente inglês e quando pega um cardápio ele nem sempre está traduzido para o inglês, pelo menos”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Algumas pousadas que tem restaurantes internacionais, restaurantes bons, oferecem uma variedade boa de vinhos, mas na sua grande maioria a carta é bem limitada”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Preços praticados

- O preço da comida de Fernando de Noronha não foi considerado satisfatório.

“Aquele coisa do custo, o que ele oferece e quanto ele cobra. Acho que muitos ficam devendo. Eles cobram um preço alto, mas ao mesmo tempo não oferecem um produto que seja compatível com aquele preço que ele tá cobrando. Eu acho que isso a gente precisa trabalhar, principalmente nos bares de praia, observo muito isso, quando eu vou lá. A gente tá precisando trabalhar mais isso”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Agora, na maioria dos estabelecimentos aí nem vem de avião e nem vem de barco, compra aqui no supermercado. O preço vai lá em cima”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

“E o estilo de decoração ainda é um pouco empírico. Vai muito do gosto do dono”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Na sua grande maioria a decoração é bem interessante. Eles tem cada um o seu toque. Não dá pra ser aquela coisa super-confortável e luxuosa, mas dentro das limitações de uma ilha eu acho que eles são adequados”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Os melhores restaurantes são muito bem ambientados, são climatizados, tem conforto, qualidade. Muito bons. Os menores não. Até por que também os menores são abertos, são bons”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Ambiente dos estabelecimentos

- Este item foi considerado pelo Grupo de Governança como sendo satisfatório mas com algumas ressalvas.

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

Acessibilidade e adequação dos espaços para crianças e portadores de necessidades especiais

- Este item é praticamente inexistente na cidade, parece não ser percebida demanda para trabalhar a adequação para crianças.
- Já em relação à deficientes poderia ser melhorado.

“A acessibilidade não é trabalhada. É assim... é determinada época do ano é passada máquina pra facilitar o acesso, mas pensando em acessibilidade do deficiente físico, visual, não acontece não, não tem nenhum trabalho com relação a isso. Se tem eu desconheço”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“(deficientes físicos) Tem dificuldades. Até nos pontos turísticos eles tem dificuldades em chegar. Eu acho que o perfil da ilha é um perfil que poderia estar recebendo idosos. Até por que, o local lá é Ecoturismo o idoso gosta e tal. Mas eles não tem adaptação pra idoso lá. Idoso lá teria problema, e deficiente físico também, não tem. Isso aí praticamente zero”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrase
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍSES DE TURISMO
GOVERNO FEDERAL

Forma de pagamento

- Este item foi aprovado pelo Grupo de Governança, sendo considerado satisfatório.

“Bom, isso mudou muito hoje, eu diria que a maioria dos estabelecimentos aceita cartão de crédito. A maioria. Era minoria na minha época”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

A avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos do SAFL local foi solicitada com o objetivo entender esta percepção em uma escala simplificada e, a seguir, relacioná-la com motivos que a justificassem.

A escala de qualidade geral foi categorizada em

- Ótima
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima.

Para cada resposta, foi solicitada uma justificativa.

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

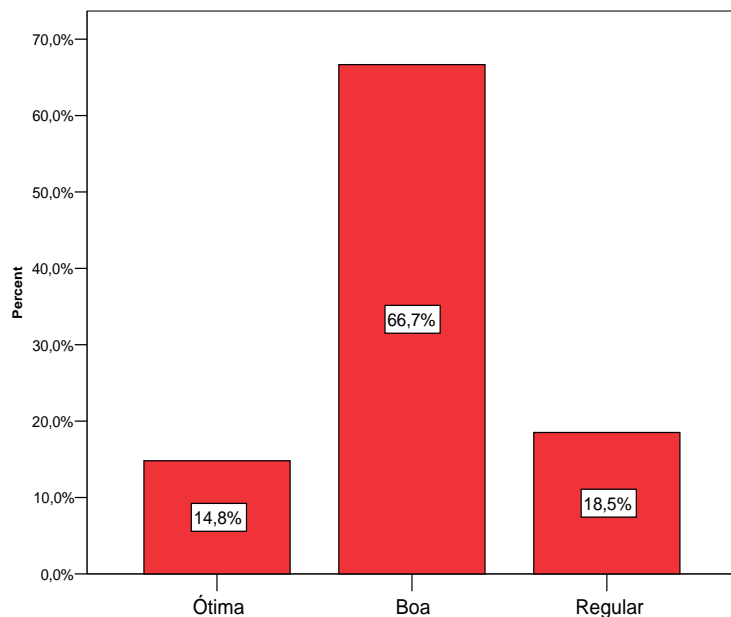
Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍS DE DESTINO
GOVERNO FEDERAL

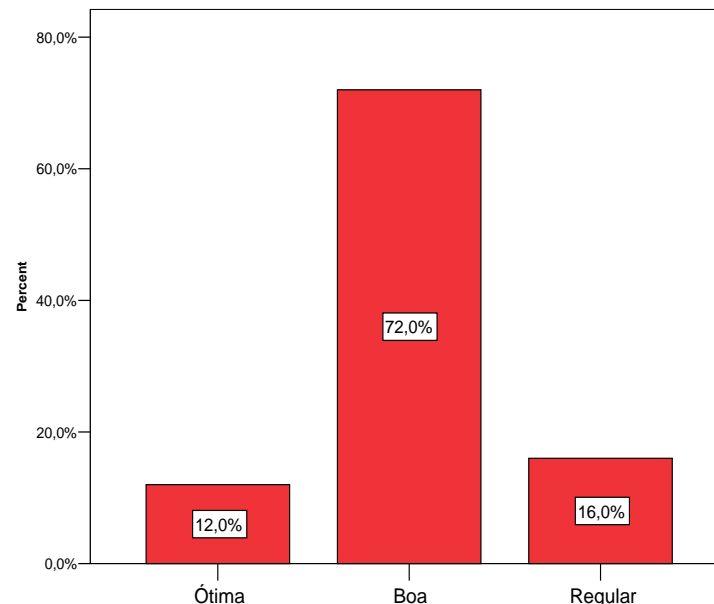
Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

- A percepção dos estabelecimentos por parte dos **Consumidores Locais** é, em sua maioria, boa (66,7%). Entre os **Turistas** essa percepção também é apontada com 72% das citações. Em ambos os grupos, a percepção de ótima ficou proporcionalmente abaixo da qualificação como regular.

Avaliação geral dos estabelecimentos do SAFL - Consumidores Locais



Avaliação geral dos estabelecimentos do SAFL - Turistas



Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abraseL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

B.R.A.S.I.L.
EM PAÍSES DE TODOS OS
GOVERNO FEDERAL

Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

- As razões associadas às avaliações da qualidade geral dos estabelecimentos do SAFL de Fernando de Noronha como ótima e boa indicam uma afinidade entre as opiniões dos **Consumidores Locais e Turistas**.
- A classificação Ótima foi dada principalmente em função da qualidade no atendimento, que foi satisfatória para 100% dos **Turistas** entrevistados e 50% para os **Consumidores Locais**. A qualidade da comida é o principal motivo para essa qualificação entre os **Consumidores Locais** (75%) e ocupa segundo lugar para os **Turistas** (66,7%).
- Para a classificação Boa, as principais razões foram unânimes para os dois grupos: em primeiro lugar pelo atendimento – sendo mais satisfatório para os Consumidores Locais (94,4%) do que entre os Turistas (55,6%) – , seguidos pela qualidade da comida, a receptividade e hospitalidade dos estabelecimentos e por fim, pelo sabor da comida.



Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

- Já em relação a classificação Regular, somente a demora no atendimento foi motivo apresentado em consenso pelos dois grupos, sendo citado em primeiro lugar pelos **Turistas** (75%) e em segundo lugar pelos **Consumidores Locais** (20%).
- Para os **Turistas** o atendimento foi o segundo motivo para essa classificação (25%), empatados com a falta de infra-estrutura e a falta de profissionalismo. Estes itens são bastante preocupantes para uma cidade que tem o turismo como sua principal fonte de renda.
- Entre os **Consumidores Locais**, o principal motivo para essa classificação foram os altos preços, responsável por 60% das citações. A demora no atendimento foi apontada com o mesmo número de citações de inexistência de nutricionista e comida de má qualidade.



Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

Razões de quem avaliou como ótima a qualidade dos estabelecimentos

Consumidores Locais

Qualidade da comida	75,0%
Atendimento	50,0%
Agilidade / rapidez no atendimento	25,0%
Bons restaurantes / bares	25,0%
Ambiente agradável	25,0%

Base: 4 entrevistas
Respostas múltiplas

Turistas

Atendimento	100,0%
Qualidade da comida	66,7%
Higiene	33,3%

Base: 3 entrevistas
Respostas múltiplas

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

Razões de quem avaliou como boa a qualidade dos estabelecimentos

Consumidores Locais	
Atendimento	94,4%
Qualidade da comida	27,8%
Receptividade / hospitalidade	16,7%
Sabor da comida	11,1%
Agilidade / rapidez no atendimento	11,1%
Outros	22,2%

Base: 18 entrevistas
Respostas múltiplas

Turistas	
Atendimento	55,6%
Qualidade da comida	38,9%
Receptividade / hospitalidade	27,8%
Sabor da comida	16,7%
Servem comida fresca	16,7%
Outros	22,2%

Base: 18 entrevistas
Respostas múltiplas

Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Fernando de Noronha – Consumidores Locais e Turistas

Razões de quem avaliou como regular a qualidade dos estabelecimentos

Consumidores Locais

Altos preços	60,0%
Demora no atendimento	20,0%
Não há nutricionista	20,0%
Comida de má qualidade	20,0%

Base: 5 entrevistas
Respostas múltiplas

Turistas

Demora no atendimento	75,0%
Atendimento	25,0%
Falta infra-estrutura	25,0%
Falta profissionalismo	25,0%

Base: 4 entrevistas
Respostas múltiplas

Divulgação – Publicações especializadas

- Existe um questionamento, por parte do Grupo de Governança, dos critérios utilizados para a citação em publicações especializadas.

“Não, veja bem, nós temos discriminados nisso aí. Nós recebemos anualmente a visita do Guia Quatro Rodas. O Guia Quatro Rodas vem há muitos anos na ilha. Eles publicam no Guia Quatro Rodas aquele restaurante que o avaliador considerou bom. Mas eles nunca classificaram nenhum restaurante daqui. Então eu acho assim que pelo tipo de comida que a gente faz, a gente merecia uma estrela. Mas o Guia Quatro Rodas tem uma forma subjetiva deles lá e... Eu não sei, eu sei que nunca nenhum restaurante da ilha foi classificado”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



CAPÍTULO 5 - A COMIDA DO LUGAR

- Oferta e demanda
- Competitividade
- A comida típica

A oferta da comida local segundo os Consumidores Locais e Turistas

- **Consumidores Locais e Turistas** avaliaram a diferença entre a oferta e a demanda por opções de comida em Fernando de Noronha. Este estudo foi feito através de uma lista com diversos tipos de comida na qual, em um primeiro momento, os entrevistados deveriam indicar o que esperavam encontrar em Fernando de Noronha (ou que deveria ter, no caso dos **Consumidores Locais**) e, no segundo momento, indicar o que lá é encontrado com facilidade.

Consumidores Locais

- Para os Consumidores Locais, existe uma demanda não atendida na parte de churrasco, sorvetes, camarão, comida natural e frutos do mar. O restante dos itens é bem atendido, apresentando oferta maior que demanda.

Turistas

- Para os Turistas também existe uma demanda não atendida por churrasco, comida natural e frutos do mar. O restante dos itens é perfeitamente atendido, com uma atenção especial à massas que é percebido como tendo a oferta e a demanda semelhantes.

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA

Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrase
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTESMinistério
do Turismo**BRASIL**
EM PAÍSES DE TURISMO
GOVERNO FEDERAL

A Gastronomia como potencial turístico

- A gastronomia não parece ser considerada um fator atrativo para os turistas, na opinião do Grupo de Governança, como citado anteriormente.
- Quando analisada a importância especificamente do Setor de Alimentação Fora do Lar, o Grupo de Governança coloca que pode ser considerado o segundo maior setor para a ilha e precisa existir uma atenção maior para ele.

“O setor de alimentação aqui ele é caracterizado hoje ainda pela carência de bons pontos, de bons locais. Na verdade, não só a população local, mas os turistas carecem de maior profissionalismo, de maior atrativo, de maior qualidade. Em resumo, há uma carência com relação à qualidade dentro desse segmento”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Depois do segmento de hospedagem, que é o maior, o segmento de restaurante está em segundo lugar na importância da economia local”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- A diversidade da culinária também foi apontada como um diferencial que vem crescendo bastante, mas sempre tendo o peixe como principal atrativo.

“A ilha vem diversificando muito a gastronomia. Hoje ela tem vários restaurantes que tem o predomínio dos frutos do mar, peixe, que é o mais importante”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

- Um fato interessante também apontado pelo Grupo de Governança é a preocupação que a população local tem para a preservação ambiental.

“A gastronomia local de Fernando de Noronha, o forte efetivamente é os frutos do mar efetivamente, embora, a informação que nós temos de quem mora na Ilha... a comida de Noronha a maioria é vinda aqui do “continente” como eles chamam. Lá a pesca existe, mas, é muito pequena, por quê eles evitam exatamente de pescar pra não... destruir a imagem... não, pra não mexer com a vida marinha”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- Como ponto negativo, o Grupo de Governança não conseguiu detectar nenhum problema específico. No entanto, foi apresentada uma peculiaridade que é o preço praticado para alguns alimentos em função dos peixes, por exemplo, saírem “do continente” e não serem pescados na ilha. Isso, no entanto, não foi apresentado como um entrave, já que se tem a visão de que o turista que vai para a ilha não está preocupado com preço, e sim com qualidade.

“Como eu falei o alimento sai todo daqui, normalmente é um pouco mais caro, mas não justifica, mas é um pouco mais caro. Quem vai pra Noronha tem o poder aquisitivo alto e não está preocupado com isso. Com preço... qualidade sim, com bons restaurantes, mas é muito mais como eu tava falando”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- A preocupação em melhorar a qualidade de atendimento também foi um fator para ser aprimorado, segundo o Grupo de Governança.

“Eu acho que a gente precisa melhorar a qualidade no atendimento. Diversificar ainda mais os pratos que são oferecidos e sempre buscando atender melhor o turista e oferecer o que a gente tem de melhor”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“O setor de alimentação aqui ele é caracterizado hoje ainda pela carência de bons pontos, de bons locais. Na verdade, não só a população local, mas os turistas carecem de maior profissionalismo, de maior atrativo, de maior qualidade. Em resumo, há uma carência com relação à qualidade dentro desse segmento”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- Um outro ponto negativo também sinalizado por parte do Grupo de Governança é o fato da cidade precisar se aprimorar mais no profissionalismo em geral do setor de alimentação.

“Olha, eu acho que aqui hoje ainda há muita improvisação. Muita gente entrou para o ramo de alimentação sem experiência e sem talento. Porque em qualquer negócio você tem que ter talento, senão você não vai ter sucesso. Então, Noronha ainda carece muito exatamente desse trato com o tipo do negócio. Noronha precisa de mais restaurantes temáticos, Noronha precisa de restaurante com melhor atendimento, Noronha precisa de restaurante com horário de atendimento mais flexível... Enfim, eu diria que o setor de alimentação de Noronha é um setor ainda carente de muita estrutura”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

“Eu acredito que o ponto falho maior deve ser a questão de mão-de-obra. Ninguém agüenta ficar, das pessoas que vão trabalhar de Recife, de Natal, de São Paulo, ficar muito tempo dentro de uma ilha. Acredito que essa entrada e saída de funcionários é muito grande(...)Então essa limitação de pessoas realmente não consegue ficar muito tempo na ilha, isolado do mundo, isso aí é um ponto negativo que eles tem”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

- A dificuldade de acesso à ilha foi um problema apontado pelo Grupo de Governança, justificando o porte dos estabelecimentos.

“Aí eles tem limitações até de como chegar os alimentos lá, mas eles tem essa limitação. Você vê que todos os desembarques que tem lá, desembarque de fruta, desembarque de tudo, se você o desembarque de um avião você percebe isso. Por que, é a forma de chegada. Só chega através de barco ou de avião, são as duas possibilidades”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- Em relação ao porte das empresas de SAFL de Fernando de Noronha, o Grupo de Governança destacou que a maioria das empresas é de pequeno porte. O controle que é feito em relação à quantidade de turistas que podem entrar na ilha foi apresentado como uma justificativa para o pequeno porte da maioria dos estabelecimentos.

“O setor de alimentação aqui ele é caracterizado hoje ainda pela carência de bons pontos, de bons locais. Na verdade, não só a população local, mas os turistas carecem de maior profissionalismo, de maior atrativo, de maior qualidade. Em resumo, há uma carência com relação à qualidade dentro desse segmento”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

“Tem estabelecimentos de pequeno e médio porte, até por que a ilha não comporta um número grande de turistas, a gente tem limitações que são, é uma imposição para o controle migratório, controle de turistas que entram na ilha. Então nem caberia ter grandes estabelecimentos hoje lá na ilha. Então eles atendem perfeitamente a demanda do turista”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“A maioria, pequenos empreendimentos, pequenos negócios, alguns familiares, não existe ainda uma associação, e carecendo muito de capacitação e profissionalismo”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- Uma peculiaridade apontada em relação à organização do setor foi o fato da maior parte dos restaurantes estarem dentro das pousadas e utilizam-se das organizações setoriais destas para aprimorar o setor.

“Existe uma Associação, que é a Associação das Pousadas, que a grande maioria dos restaurantes tem seu próprio..., aliás, das pousadas tem seu próprio restaurante, e lá mesmo eles se reúnem e discutem as possibilidades de capacitação”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- Uma outra questão levantada pelo Grupo de Governança é em relação ao público dos estabelecimentos, que ocorre somente por turistas por causa do preço que faz com que fiquem inacessíveis para população local.

“Só os turistas mesmo. Os visitantes. Muito pouco a população local. Exatamente por causa do custo de vida que é muito alto. A população local usa, mas é muito pouco, muito pouco”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

“A população pelo conhecimento que eu tenho, e pelas vezes que eu fui lá na ilha, pelo que eu pude observar, quem frequenta normalmente os bares e restaurantes é o turista mesmo. Por que o custo realmente é um pouco elevado para a população, então eles têm descontos muitas vezes oferecidos pelos empresários, para que eles possam frequentar, mas mesmo assim eu acredito que seja um custo elevado pra que eles possam estar toda semana frequentando esses bares e restaurantes. Para o turista que em sua grande maioria vem do Sul e do Sudeste é mais ou menos o preço praticado lá no Sudeste. Não existe uma diferença muito grande. Existe um mito que Fernando de Noronha é muito mais caro que em outros lugares, e não é na verdade. Se você comparar os preços de Noronha, são mais ou menos os preços que se encontra em São Paulo. É claro que diante da realidade do Nordeste é um pouco mais caro, mas se você for ver quem são os turistas que frequentam Noronha eles não tem muitas queixas com relação a preço de comida não”.

FERNANDO DE NORONHA

GRUPO DE GOVERNANÇA



A Gastronomia como potencial turístico

- Já para outro representante do Grupo de Governança, a freqüência permanece sendo prioritariamente por turistas em função de uma questão cultural da população, que tem o hábito de freqüentar bares e não restaurantes, e essa freqüência se justifica porque os consumidores locais não estão muito em busca de comida.

“Meramente cultural. Com ressalva. A população local freqüenta os bares. Os bares, mas restaurantes não. Exemplo do nosso restaurante, a população local representa apenas de 1 a 5% da clientela”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Menos. Com menos intensidade. Mais beber mesmo”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A oferta da comida local

- A comida mais facilmente encontrada na cidade, segundo o Grupo de Governança, são peixes e frutos do mar. Essa facilidade, na opinião do Grupo, se dá tanto pelo fato do alimento ser mais fresco e saudável, quanto pelo fato de “combinar” mais com a ilha e com o clima, sendo uma tendência do turista que busca esse tipo de destino.

“Como a maior parte das pessoas que vêm para cá são europeus e são do sul, principalmente de São Paulo, eles adoram camarão, lagosta, etc., etc. Então sempre os pratos mais vendidos são esses, são os frutos do mar. O camarão não existe em Noronha”...

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Acho que o peixe é a comida que mais se vê em Noronha, que é oferecida ao turista. Por que, é o que mais se procura também, o turista procura sempre comer peixe”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A oferta da comida local

- Para os entrevistados, esse tipo de comida é procurado tanto pela população local – até pelo fator cultura – quanto pelos turistas da cidade. Para metade dos representantes do Grupo de Governança, no entanto, tudo na cidade é voltado para o turismo e o consumo se dá apenas por eles.

“Eu acho que o peixe é procurado pelos dois públicos, tanto a população... a maioria da população de Noronha é originalmente de pescadores então se são de pescadores estão acostumados a comer o peixe, e o turista quando vem a uma ilha ele procura também peixe ou frutos do mar. Por que eu acho que é a comida que mais combina com a ilha. Você tá na ilha e quer comer alguma coisa mais leve. Então eu acho que é por isso que se oferece mais peixe e frutos do mar, do que outro tipo de comida”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Não, não, não, turista. Tudo aqui é turista. A população consome pouco”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A oferta da comida local

- Em relação ao tipo de alimento mais difícil de ser encontrado na ilha foi apontada a carne vermelha.

“Não vejo nenhum tipo de comida que não se ofereça. Lógico que uma churrascaria não tem em Noronha, mas também eu acho que não daria certo. Para o que o turista procura acho que nós temos uma oferta bem interessante”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Carne. Churrasco não sei aonde encontrar em Noronha. Deve ter, mas eu não sei”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Uma boa picanha. Carne é restrito. Chega lá muito cara”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A oferta da comida local

- Quando questionados sobre algum prato típico da região, no entanto, o Grupo de Governança não entrou em consenso. Para alguns, o peixe de um modo geral é o prato típico, para outros não existe prato típico, também foram apontados o Tubalhau e o Atum como pratos típicos.

“Tem o Tubalhau. É a única coisa que é característica daqui mesmo, é o Tubalhau. É resumido (a variedade). Mas é a única comida que eu considero como tipicamente de Fernando de Noronha. O resto não. Você tem aqui peixe na folha de bananeira. Tem 500 lugares do nordeste que têm. Lagosta, camarão... isso em qualquer lugar tem. Agora, o tubalhau não, o tubalhau você só encontra aqui. (vende apenas no) Museu do Tubarão. Que fica lá no porto. Não existe à venda aqui o produto, o... E também em Recife não tem, porque eles produzem para eles em Recife. Eles já são engenheiros de pesca, então eles já têm quem pesca o tubarão, quem produz... É uma coisa meio exclusiva”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



A oferta da comida local

“Eu não acredito que tenha um prato típico. Eu acho que o peixe da maneira que ele for feito, seria a comida mais procurada e mais oferecida. . Lá em Noronha, não acredito que tenha “essa é a Comida de Noronha””.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Um peixe... Seria o peixe Atum. Toda casa tem, todo restaurante tem”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

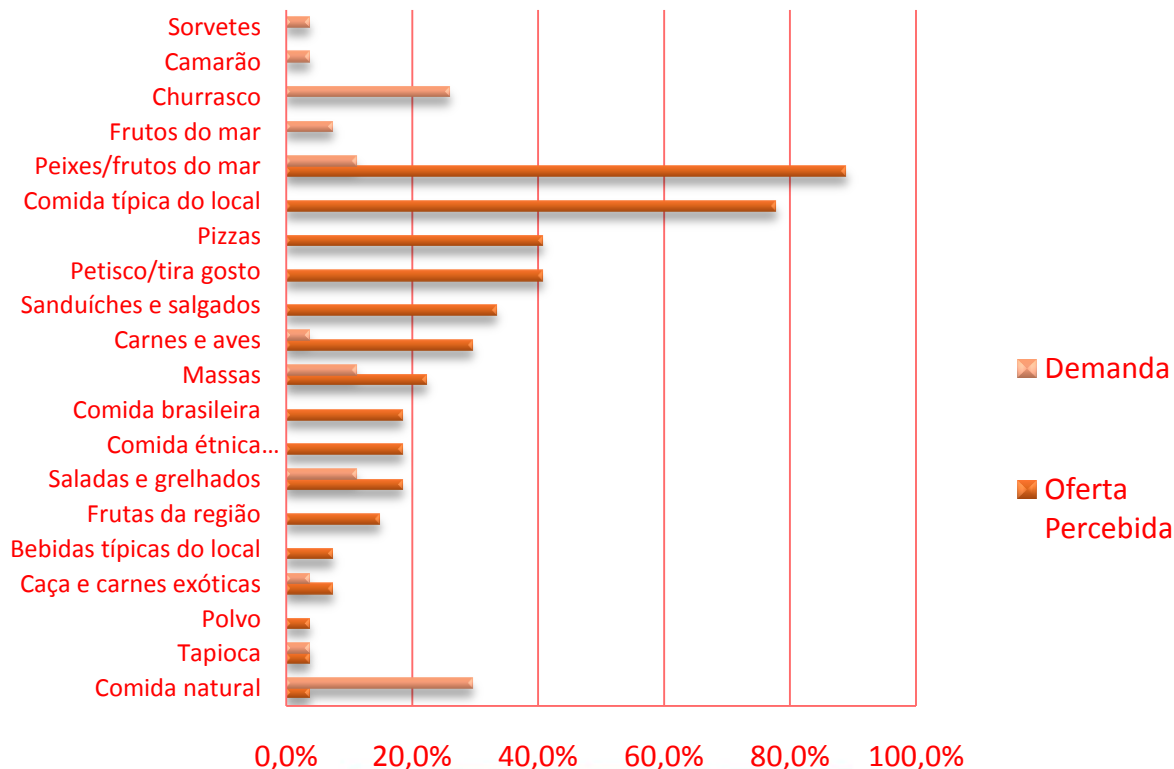
“Como o peixe é muito consumido, é muito procurado também o salmão, tem um caranguejo azul que só tem lá, mas se o IBAMA pega alguém consumindo certamente fica fora... Lagosta...”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

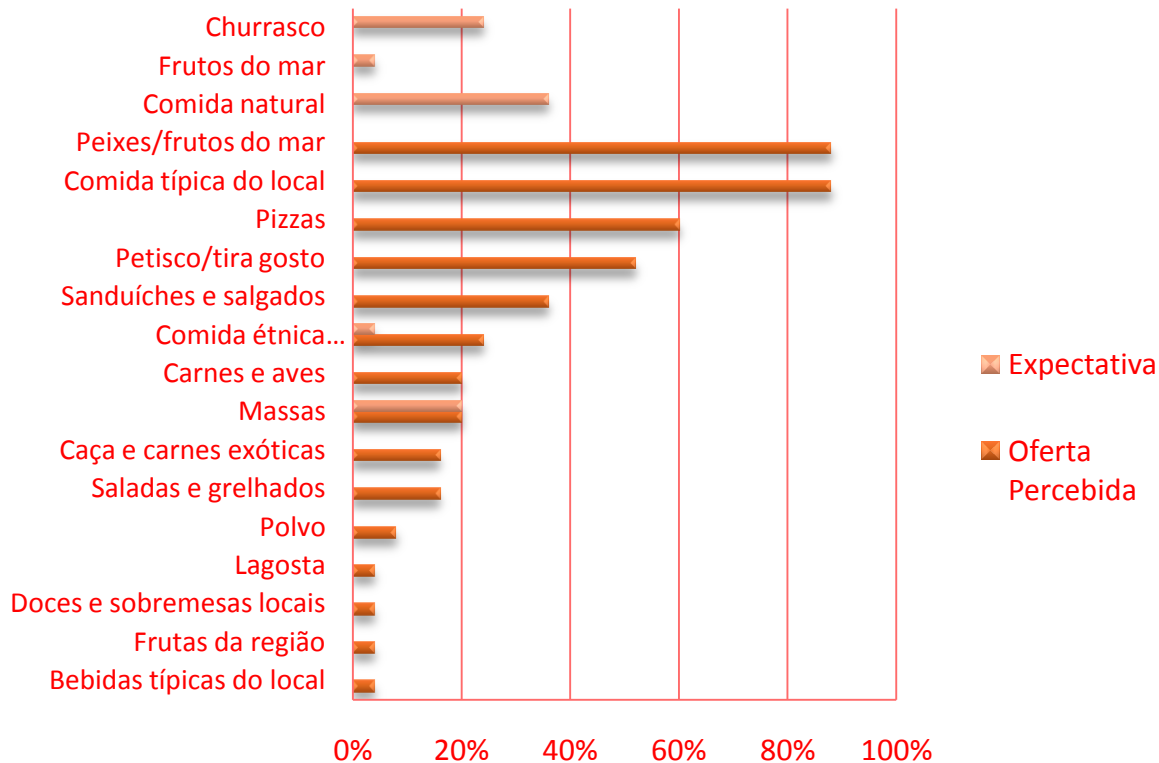


A oferta da comida local segundo os Consumidores Locais

Oferta e demanda da comida local Resultados para Consumidores Locais



Oferta e expectativa da comida local Resultados para Turistas



5.1 - A COMPETITIVIDADE DA COMIDA DO LUGAR

- Características
- Comparação com a comida de outros destinos
- Importância da gastronomia local na decisão de viagem

As características da comida de Fernando de Noronha

- Houve consenso nas duas melhores características da comida de Fernando de Noronha, sendo citadas na mesma ordem tanto pelos **Consumidores Locais** quanto pelos **Turistas** e com uma porcentagem de citação bastante alta, sendo que as duas melhores características remetem muito à tradição no preparo dos alimentos.
- Em relação aos pontos negativos, tanto a maioria dos **Consumidores Locais** quanto dos **Turistas** não souberam apontar uma característica específica. Quando houveram citações, o alto custo da comida local apareceu em consenso, praticamente com a mesma porcentagem de citações.

Melhores características

- Sabor da comida (caseira)
- Temperos/produtos tradicionais

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA

Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTESMinistério
do Turismo**BRASIL**
EM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

As características da comida de Fernando de Noronha

Melhores características da comida de Fernando de Noronha

Consumidores Locais

Sabor da comida (caseira)	77,8%
Temperos / Produtos tradicionais	44,4%
Peixes utilizados	29,6%
Comida feita na hora	22,2%
Tradição no preparo	11,1%
Higiene	3,7%
Boa apresentação / Boa aparência dos pratos	3,7%
Comida saudável / Nutritiva	3,7%
Simplicidade da comida	3,7%

Base: Total da amostra
Respostas múltiplas

Turistas

Sabor da comida (caseira)	88,0%
Temperos / Produtos tradicionais	40,0%
Peixe frescos	32,0%
Simplicidade da comida	16,0%
Comida feita na hora	12,0%
Tradição no preparo	8,0%
Variedade	8,0%
Utilização de produtos frescos	8,0%
Outros	16,0%

Base: Total da amostra
Respostas múltiplas

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



As características da comida de Fernando de Noronha

Piores características da comida de Fernando de Noronha

Consumidores Locais

Nenhum	48,1%
Alto custo da comida local	44,4%
Muito gordurosa	3,7%
Pouca variedade	3,7%
Muita massa	3,7%

Base: Total da amostra
Respostas múltiplas

Turistas

Nenhum	52,0%
Alto custo da comida local	44,0%
Servem camarões com cabeça	4,0%

Base: Total da amostra
Respostas múltiplas

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério do Turismo
BRASIL
EM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

A comida de Fernando de Noronha comparada à de outros destinos

O principal determinante da competitividade de um produto ou serviço é a percepção de sua melhor qualidade em relação à concorrência e dos atributos que os tornam superiores.

Este mesmo princípio se aplica à temática da competitividade da comida local, principal conceito norteador do programa "Caminhos do Sabor".

Nesta pesquisa, a competitividade dos destinos foi avaliada segundo os seguintes critérios:

- Percepção genérica do diferencial da comida local em relação a destinos concorrentes.
- Identificação dos destinos concorrentes.
- Comparação da qualidade da comida local com a dos destinos concorrentes.
- Razões associadas às comparações feitas.



A comida de Fernando de Noronha comparada à de outros destinos

- A localização da ilha foi apontada pelo Grupo de Governança como um motivo para a inexistência de concorrência.

“Não. Tem um concorrente, a Ilha de Cabo Verde. Fica a 2 mil quilômetros ou 3 mil quilômetros daqui”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Olha é difícil, por que, Noronha é a ilha aqui do Nordeste, não tem outra localidade que tenha semelhança com Fernando de Noronha. Justamente por ser uma ilha e estar tão afastada do continente a 15/45 quilômetros então tem toda realidade peculiar”.

GRUPO DE GOVERNANÇA

“Não... Com a culinária tem. Por exemplo, no Recife tem. Em qualquer cidade litorânea tem as mesmas características. Não talvez o volume daquilo eles conseguem comercializar, talvez não, mas de frutos do mar sim”.

GRUPO DE GOVERNANÇA



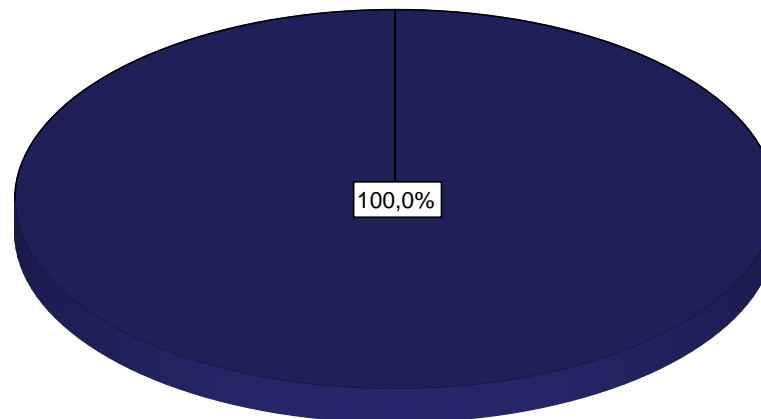
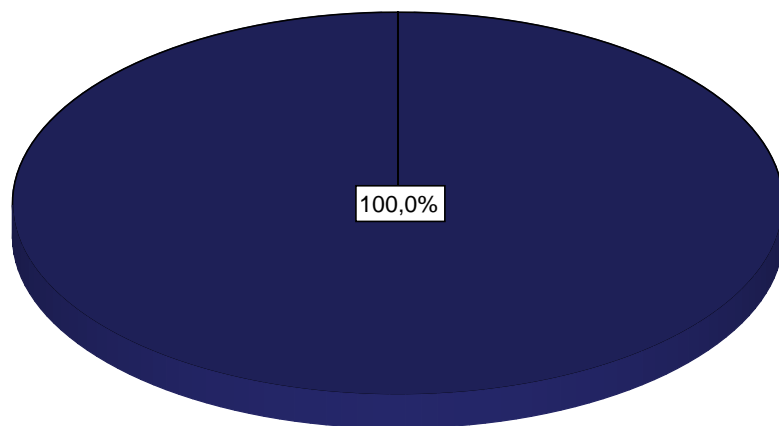
A comida de Fernando de Noronha comparada à de outros destinos

O entrevistado acha que existem localidades que tenham comidas de características semelhantes às de Fernando de Noronha - Consumidores Locais

O entrevistado acha que existem localidades que tenham comidas de características semelhantes às de Fernando de Noronha - Turistas

■ Não

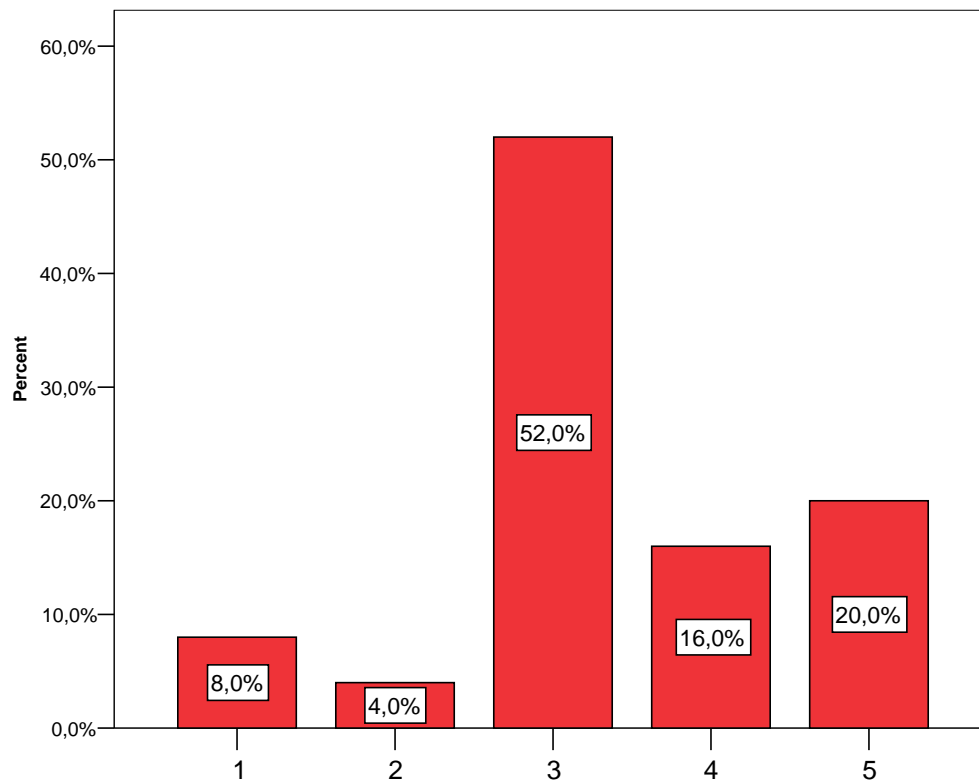
■ Não



A importância da culinária local na decisão de viajar a Fernando de Noronha

- Foram dadas notas de 1 a 5 para avaliar a importância da culinária de Fernando de Noronha na decisão de fazer a viagem, sendo 1 totalmente sem importância e 5 muito importante. A nota 3 foi dada pela grande maioria dos entrevistados, atingindo um total de 52% das citações. Podemos dizer que a expectativa em relação à culinária de Fernando de Noronha não é muito grande, apesar de não ser encontrada em outro lugar na opinião dos **Turistas**, sendo uma peculiaridade da cidade.

Importância da culinária local na decisão de fazer a viagem - Turistas



A COMIDA TÍPICA DE FERNANDO DE NORONHA

A comida típica de Fernando de Noronha

Guardando ainda uma forte relação com a questão da competitividade, mas agora procurando identificar com maior clareza o produto local, a comida do lugar, uma série de perguntas abordou a forma com que o mercado do destino oferece a comida típica.

Os aspectos investigados foram:

- Identificação da comida do lugar:
 - A que lembra em primeiro lugar
 - Citação de mais três pratos que identifica como típicos do destino.
- Tipologia dos consumidores.
- Suficiência da quantidade de estabelecimentos para atender a demanda sobre a comida do lugar.
- Avaliações do sabor, da atratividade, da apresentação, da higiene e do preço.
- Avaliação da facilidade de encontrar e de transportar os produtos.
- Identificação das fontes de informação utilizadas pelos turistas.
- Experiência dos turistas sobre a comida do lugar.
- Pretensão de experimentar a comida típica durante a estadia no destino.



Qual é a comida típica de Fernando de Noronha? – Consumidores Locais

PRATOS TÍPICOS DE FERNANDO DE NORONHA Consumidores Locais



Peixe na folha de bananeira



Peixes



Peixe frito com molho de coco



Tubalhau

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



**Caminhos
do Sabor**
A união faz o destino

Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍSES DE TURISMO
GOVERNO FEDERAL

Qual é a comida típica de Fernando de Noronha? - Turistas

PRATOS TÍPICOS DE FERNANDO DE NORONHA

Turistas



Peixe na folha de bananeira



Frutos do mar



Lagosta



Moqueca de peixe

Qual é a comida típica de Fernando de Noronha?

O prato mais lembrado

Consumidores Locais

Peixe na folha de bananeira	40,7%
Peixes	14,8%
Peixe frito com molho de coco	11,1%
Tubalhau	11,1%

Base: Total da amostra

Turistas

Peixe na folha de bananeira	32,0%
Frutos do mar	16,0%
Lagosta	12,0%
Moqueca de peixe	12,0%

Base: Total da amostra

Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

B.R.A.S.I.L.
EM PAÍS DE DESTINOS
GOVERNO FEDERAL

Qual é a comida típica de Fernando de Noronha?

Outros pratos típicos de Fernando de Noronha

Consumidores Locais

Frutos do mar	37,0%
Peixe na folha de bananeira	22,2%
Pirão	18,5%
Moqueca de peixe	14,8%
Lagosta	11,1%
Tapioca	11,1%
Peixe na brasa	11,1%
Carangueijo	7,4%
Peixe albacora	7,4%
Peixe ao forno	7,4%
Outros	29,6%

Base: Total da amostra
Respostas múltiplas

Turistas

Frutos do mar	44,0%
Moqueca de peixe	20,0%
Peixe frito com molho de coco	16,0%
Peixe na folha de bananeira	16,0%
Peixes	12,0%
Bolinho de tubarão	12,0%
Camarão	12,0%
Lagosta	8,0%
Tubalhau	8,0%
Tapioca	8,0%
Polvo	8,0%
Outros	28,0%

Base: Total da amostra
Respostas múltiplas

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



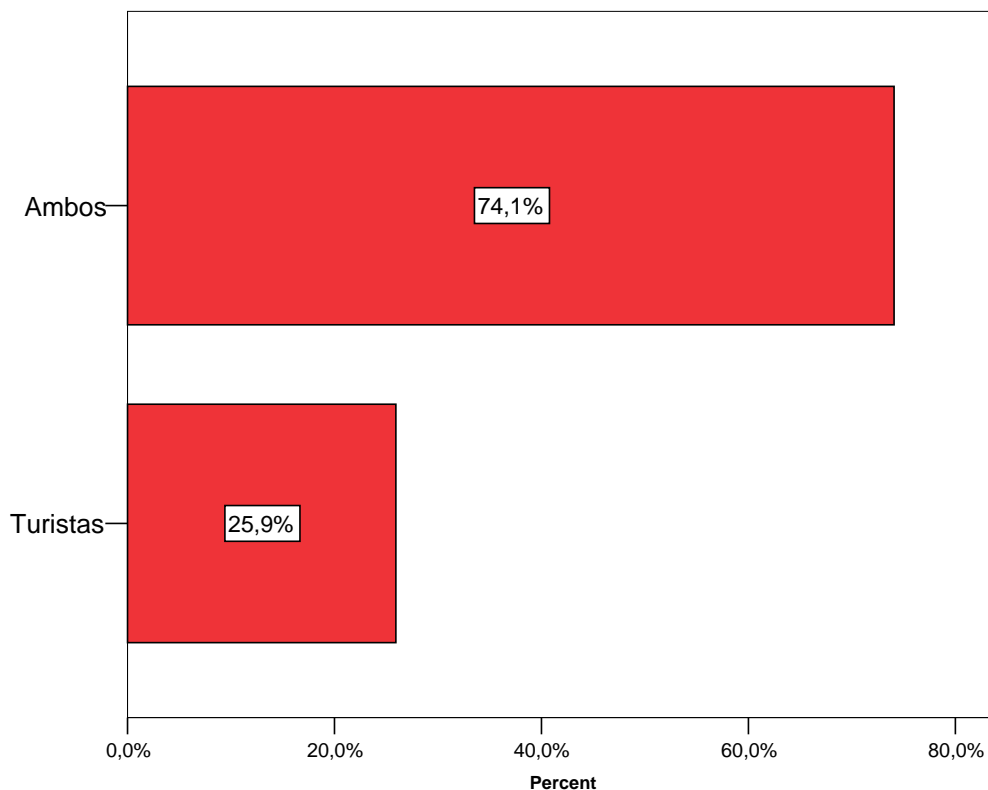
Realização:



Os consumidores da comida típica de Fernando de Noronha?

- Para os **Consumidores Locais**, tanto a população local, quanto os visitantes são consumidores para a comida típica de Fernando de Noronha.

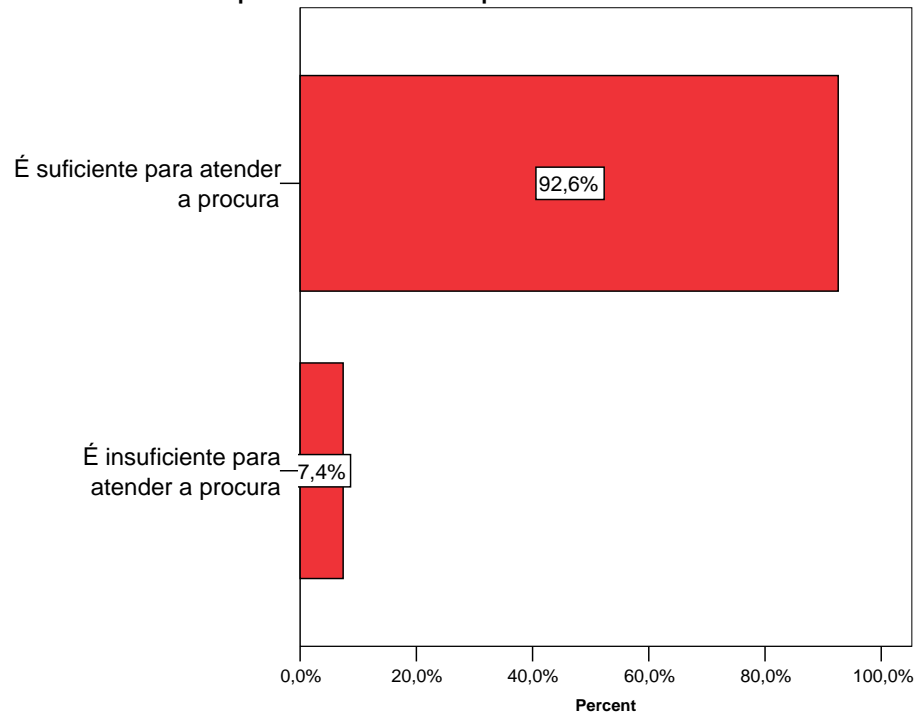
A comida típica é mais consumida por - Consumidores Locais



Capacidade de atendimento da demanda pela comida típica de Fernando de Noronha

- Em relação ao número de estabelecimentos que vendem a comida típica, para os **Consumidores Locais** entrevistados é suficiente (92,6%) para atender a procura, demonstrando uma oferta satisfatória de estabelecimentos na cidade.

Em relação à quantidade de estabelecimentos em Fernando de Noronha que vendem a comida típica: - Consumidores Locais



Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério
do Turismo

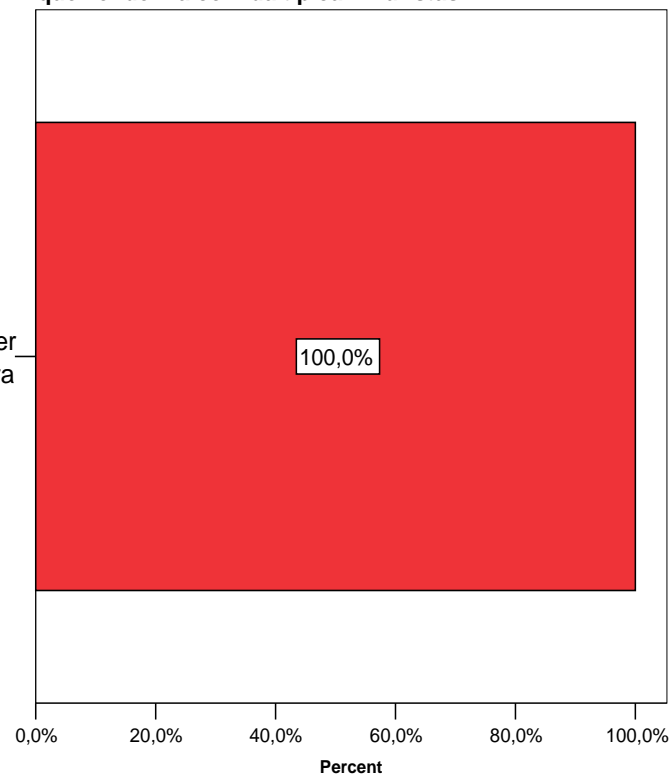
BRS
EM PAÍSES DE TURISMO
GOVERNO FEDERAL

Capacidade de atendimento da demanda pela comida típica de Fernando de Noronha

- Para os **Turistas** entrevistados Fernando de Noronha está perfeitamente coberta em relação à quantidade de estabelecimentos, sendo 100% satisfatório.

Em relação à quantidade de estabelecimentos em Fernando de Noronha que vendem a comida típica: - Turistas

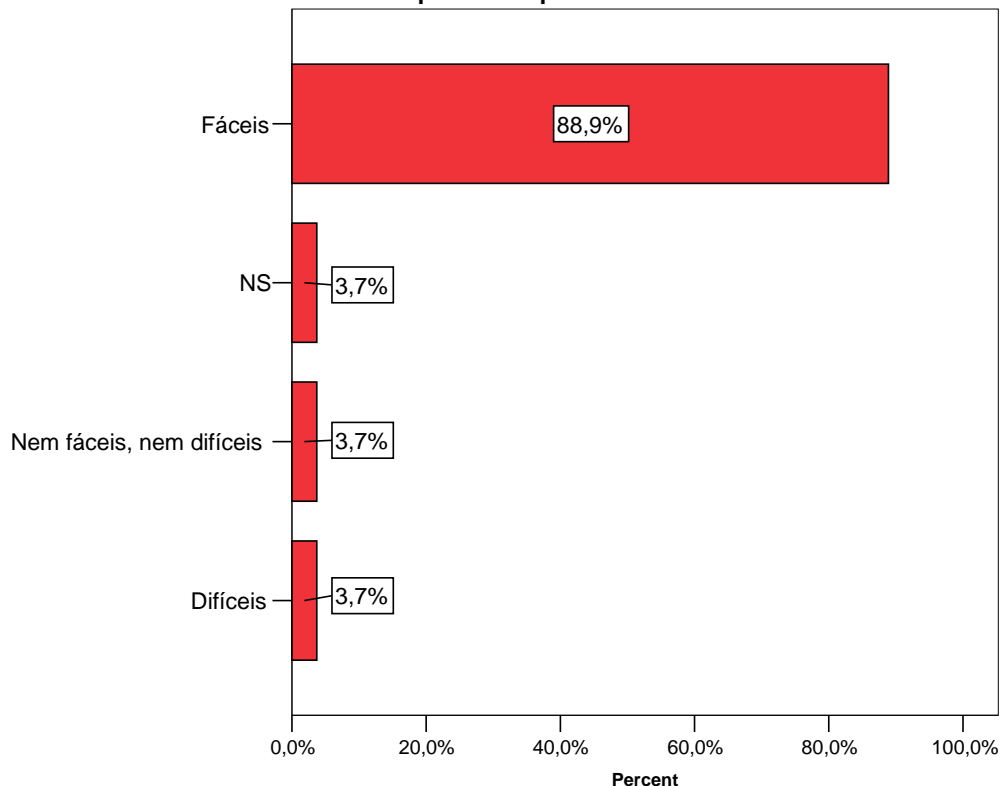
É suficiente para atender a procura



Capacidade de atendimento da demanda pela comida típica de Fernando de Noronha

- A grande maioria dos **Consumidores Locais** entrevistados, (88,9%), diz que é fácil encontrar os produtos típicos da culinária de Fernando de Noronha para comprar, confirmando a oferta suficiente para atender a demanda, apresentada anteriormente.

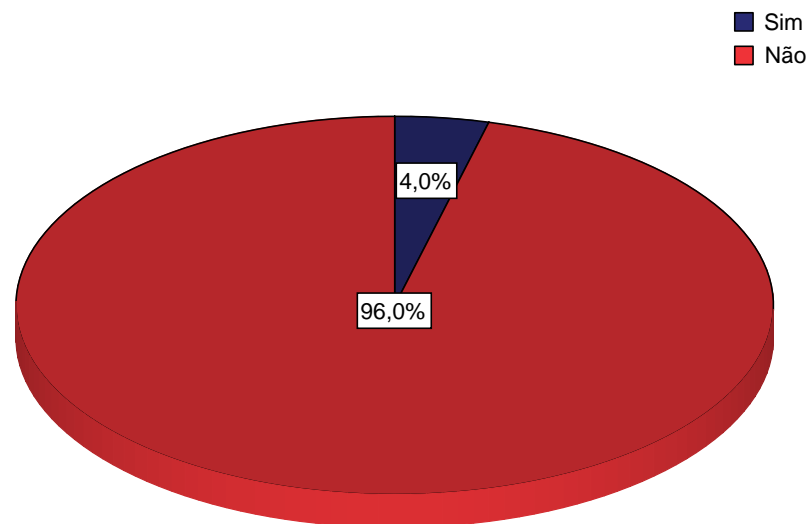
Os produtos típicos da culinária de Fernando de Noronha são fáceis ou difíceis de encontrar para levar para casa - Consumidores Locais



A demanda por produtos típicos de Fernando de Noronha

- Quando questionados se já haviam procurado algum produto da culinária local para comprar, uma grande maioria dos **Turistas** entrevistados disseram não ter tido esse interesse (96%).

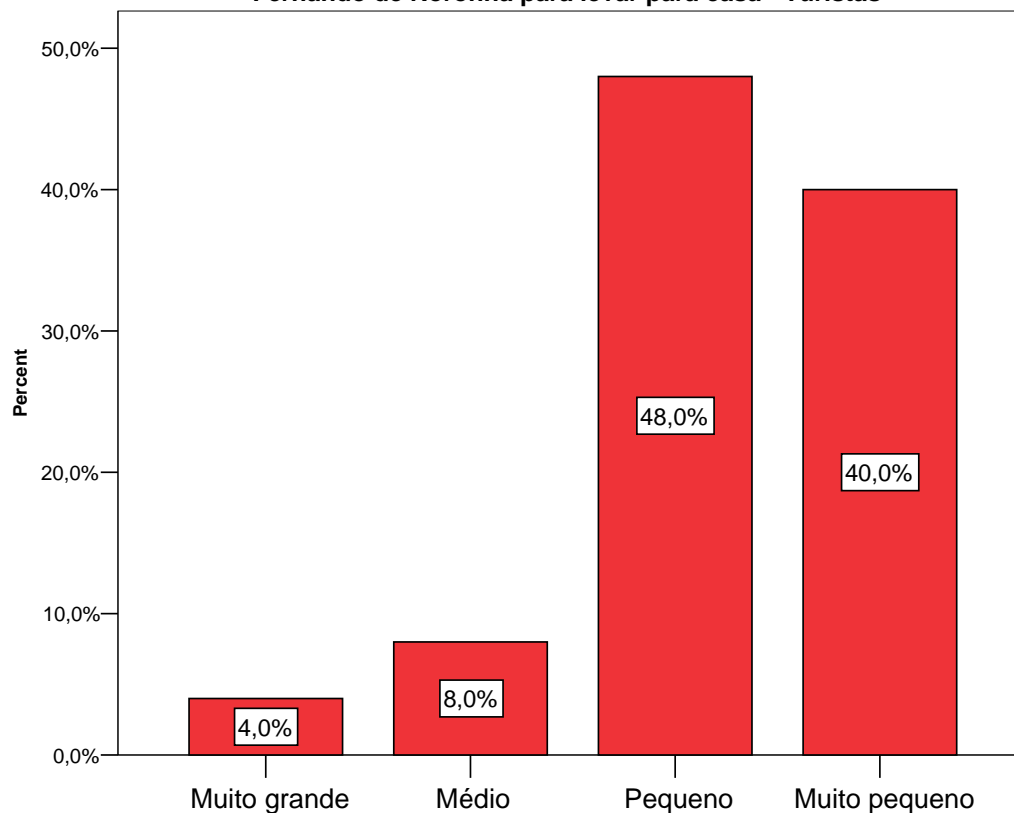
O entrevistado já procurou algum produto da culinária local para comprar? - Turistas



A demanda por produtos típicos de Fernando de Noronha

- Para a grande maioria dos **Turistas** entrevistados, existe interesse pequeno ou muito pequeno de levar os produtos típicos da culinária para casa. Podemos concluir que a culinária não é considerada um dos atrativos da cidade para ser levado para casa, pelo menos na opinião dos **Turistas** entrevistados.

Interesse do entrevistado em comprar produtos típicos da culinária de Fernando de Noronha para levar para casa - Turistas



Avaliações dos pratos típicos de Fernando de Noronha

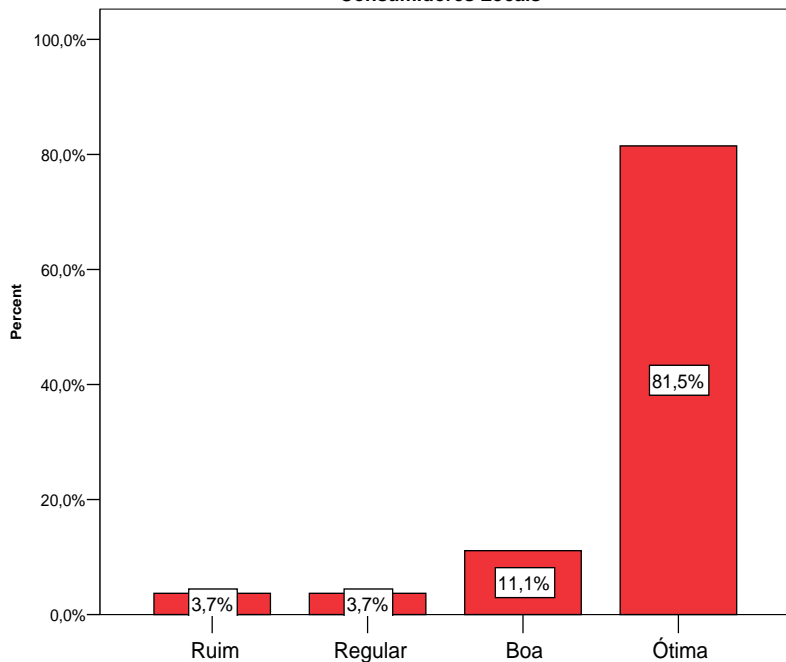
- Os pratos típicos de Fernando de Noronha foram avaliados segundo 5 atributos: sabor, capacidade de despertar o apetite, apresentação do prato, higiene e preço através de uma escala de 5 pontos.
 - Ótimo
 - Bom
 - Regular
 - Ruim
 - Péssimo.
- Nos quatro primeiros atributos, tanto os **Consumidores Locais** quanto os Turistas demonstraram aprovação, com a avaliação de Ótima prevalecendo. Em relação ao quinto atributo, a avaliação foi principalmente Regular.



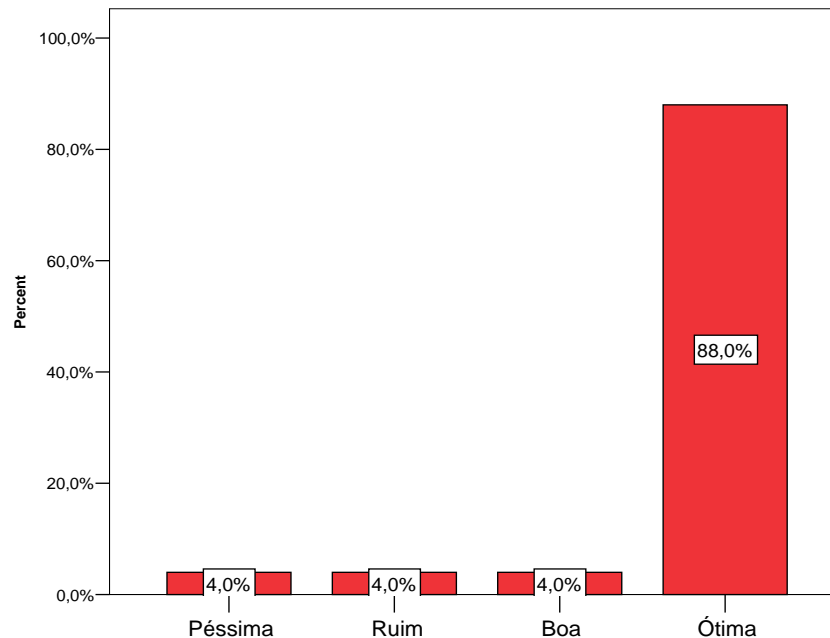
Avaliações dos pratos típicos de Fernando de Noronha: sabor

- Tanto para os **Turistas** entrevistados quanto para o **Consumidores Locais**, a avaliação do sabor da comida de Fernando de Noronha foi considerada Ótima, com diferença apenas percentual entre os grupos – Consumidores Locais 81,5% e Turistas 88%.

Avaliação do sabor da comida típica de Fernando de Noronha - Consumidores Locais



Avaliação do sabor da comida típica de Fernando de Noronha - Turistas



Coordenação:

INSIGHT
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

FOCUS
PESQUISA E ESTRATÉGIA



**Caminhos
do Sabor**
A união faz o destino

Apoio:

SEBRAE

Realização:

abrase
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

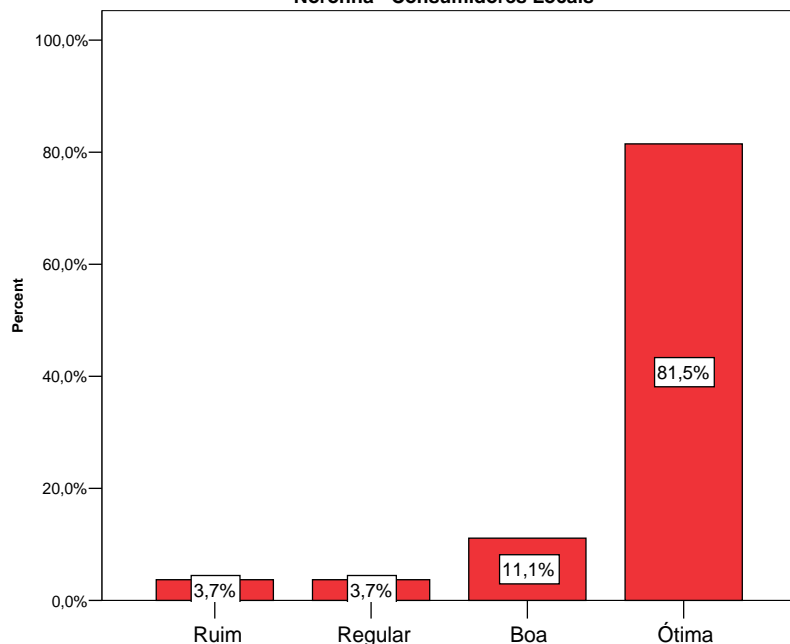
Ministério
do Turismo

BRASIL
EM PAÍSES DE DESTINO
GOVERNO FEDERAL

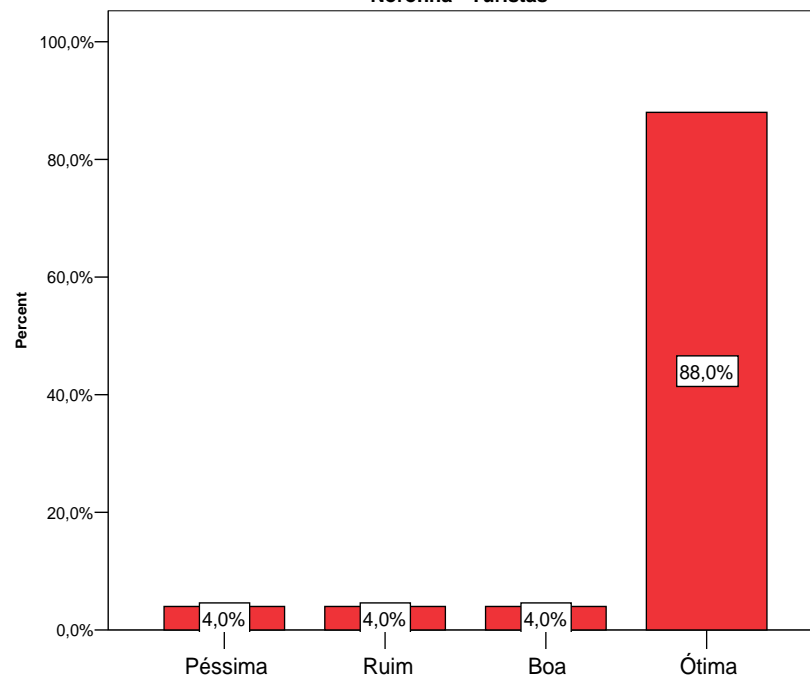
Avaliações dos pratos típicos de Fernando de Noronha: capacidade de despertar apetite

- A mesma avaliação dada em relação ao sabor foi considerada em relação à capacidade de despertar o apetite, inclusive em pontos percentuais os valores foram os mesmos, com a classificação Ótima a mais citada.

Avaliação do despertar do apetite da comida típica de Fernando de Noronha - Consumidores Locais



Avaliação do despertar do apetite da comida típica de Fernando de Noronha - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



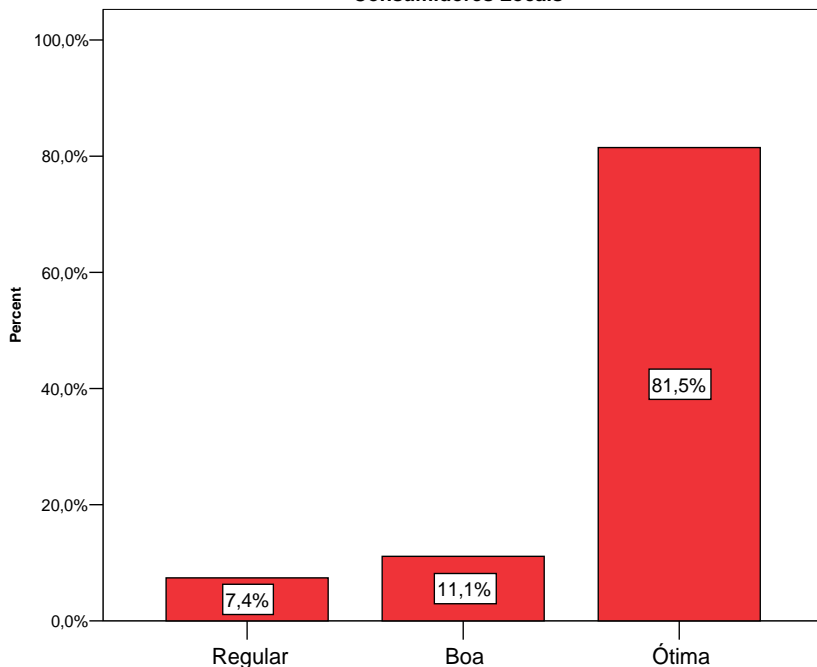
Realização:



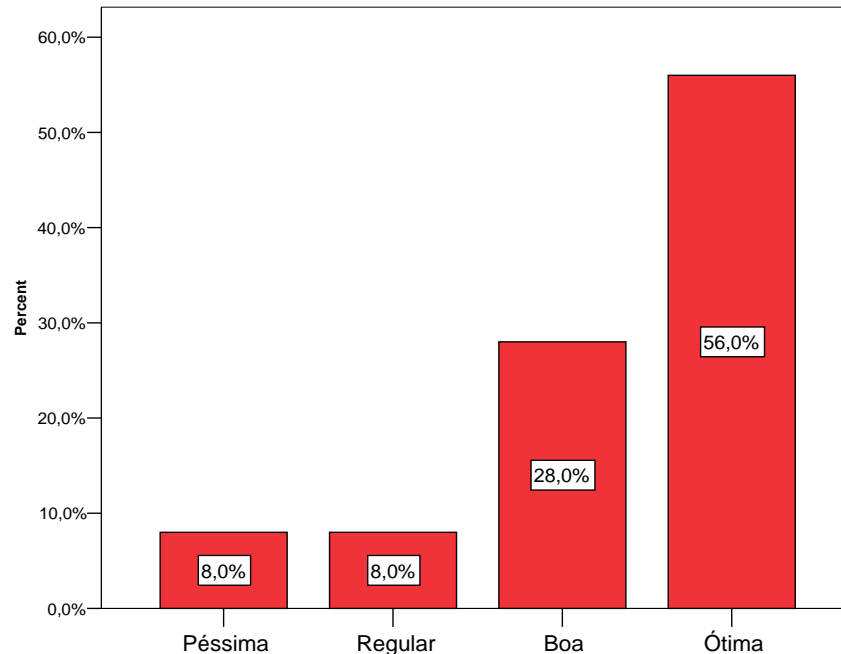
Avaliações dos pratos típicos de Fernando de Noronha: apresentação do prato

- A apresentação do prato manteve a mesma avaliação pelos **Consumidores Locais**: 81,5% avaliaram como Ótima. Já em relação aos **Turistas**, a avaliação Ótima permaneceu em primeiro lugar (56%) e a avaliação boa teve a metade percentual da primeira com 28%.

Avaliação da apresentação do prato típico de Fernando de Noronha - Consumidores Locais



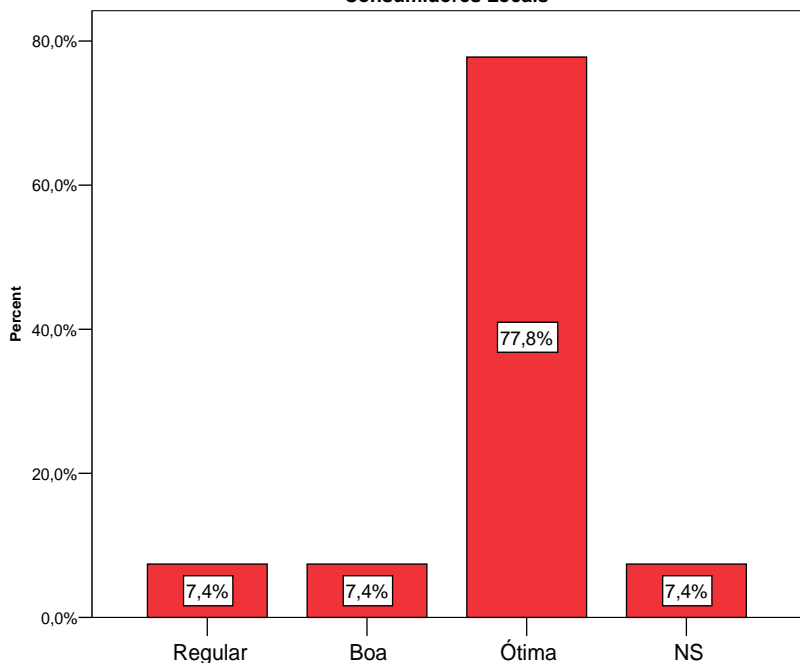
Avaliação da apresentação do prato típico de Fernando de Noronha - Turistas



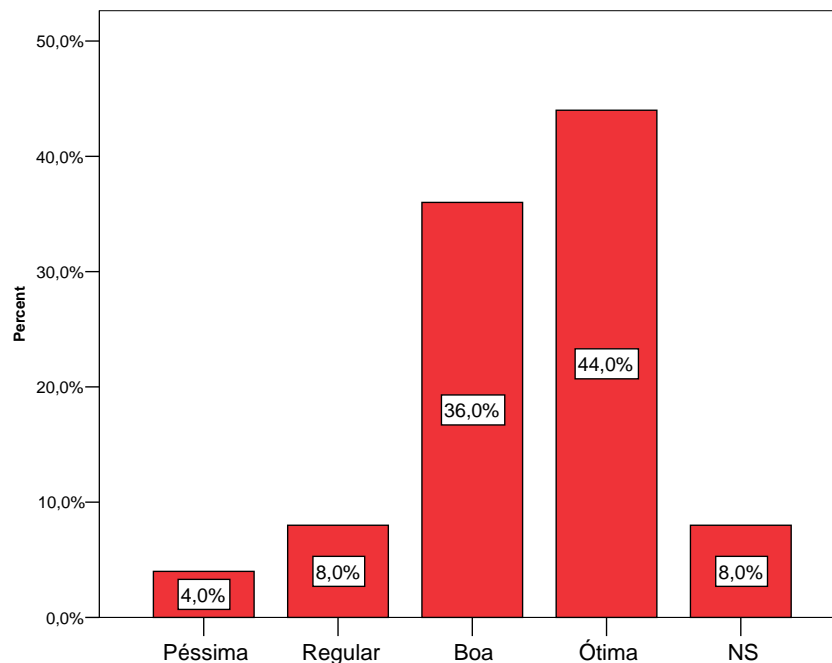
Avaliações dos pratos típicos de Fernando de Noronha: higiene do prato

- A higiene do prato manteve a mesma avaliação pelos **Consumidores Locais**: 77,8% avaliaram como Ótimo. Já em relação aos **Turistas**, a avaliação Ótimo permaneceu em primeiro lugar (44%) mas a avaliação boa teve uma citação considerável (36%).

Avaliação da higiene do prato típico de Fernando de Noronha - Consumidores Locais



Avaliação da higiene do prato típico de Fernando de Noronha - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



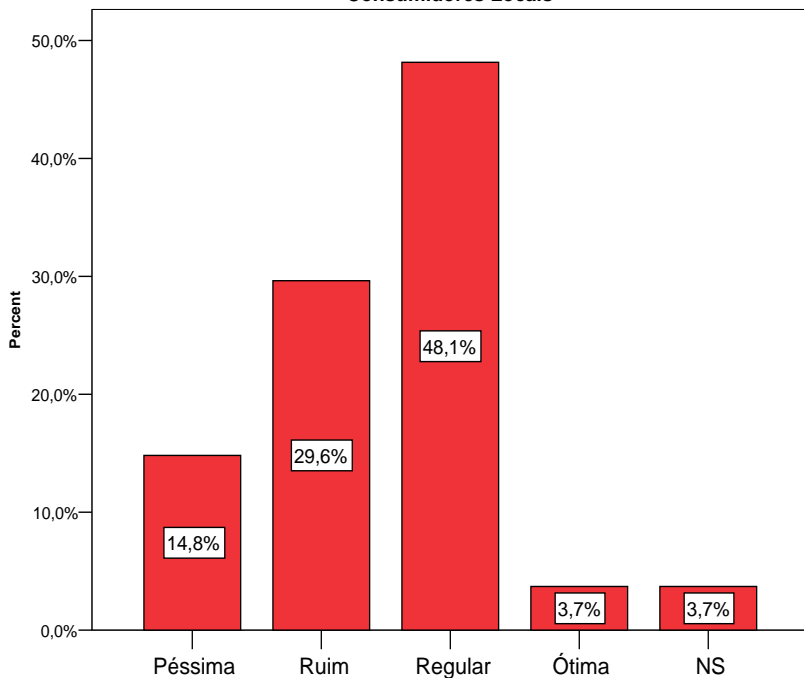
Realização:



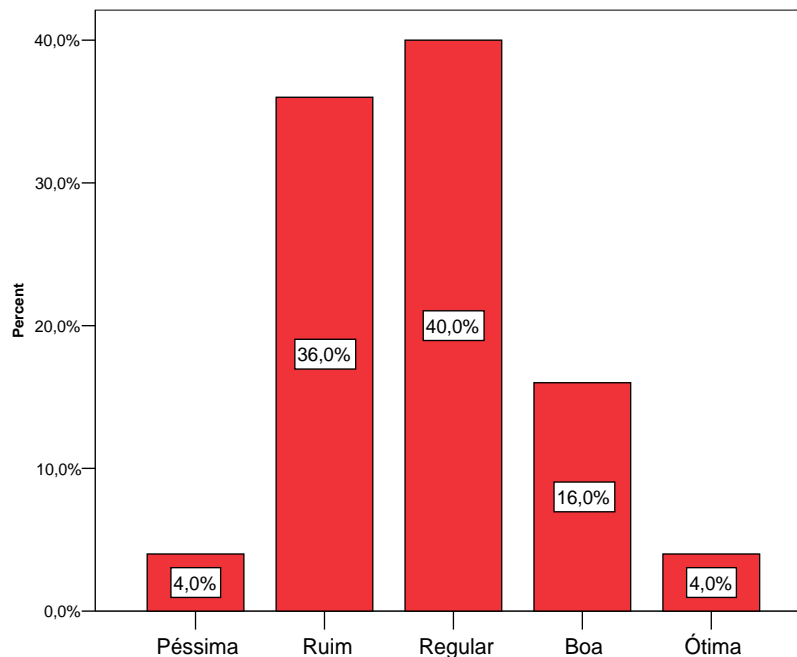
Avaliações dos pratos típicos de Fernando de Noronha: preço do prato

- No quinto item de avaliação a comida de Fernando de Noronha não foi aprovada, tendo a maior parte das citações como regular ou ruim, para ambos os grupos. Este item, podemos concluir, precisa ser revisto por parte dos empresários do setor.

Avaliação do preço da comida típica de Fernando de Noronha - Consumidores Locais



Avaliação do preço da comida típica de Fernando de Noronha - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



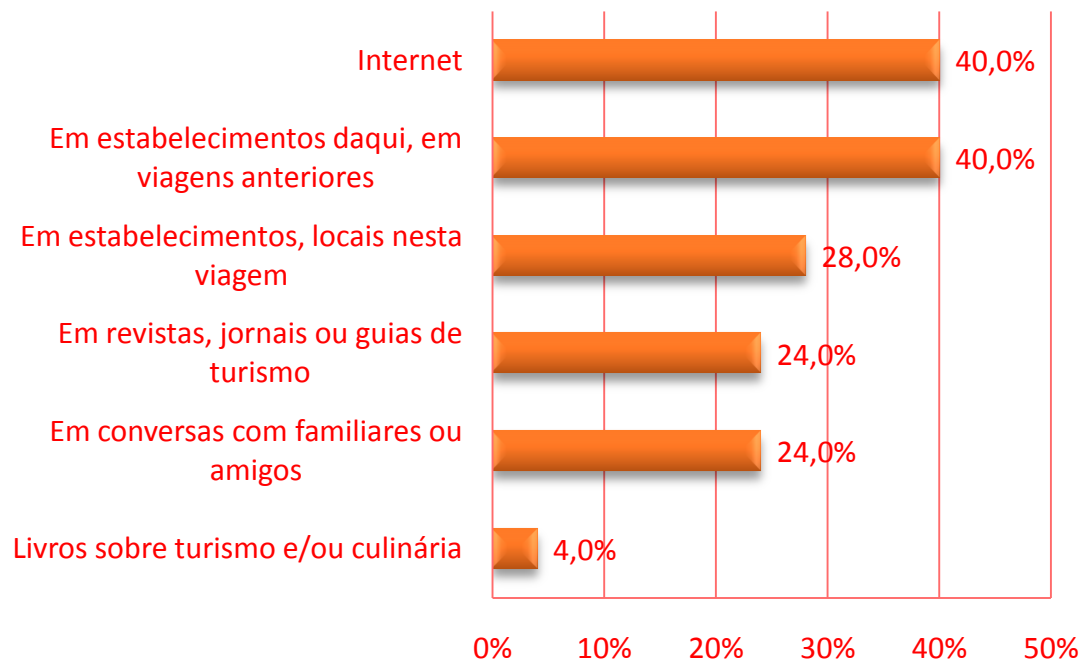
Realização:



Turistas: fontes de informação sobre a comida típica de Fernando de Noronha

- Houve um empate em relação às fontes utilizadas pelos **Turistas** para ouvir falar da comida típica de Fernando de Noronha: internet e estabelecimento da própria cidade, em viagens anteriores.
- Esse dado mostra a força da mídia internet para a divulgação da cidade.

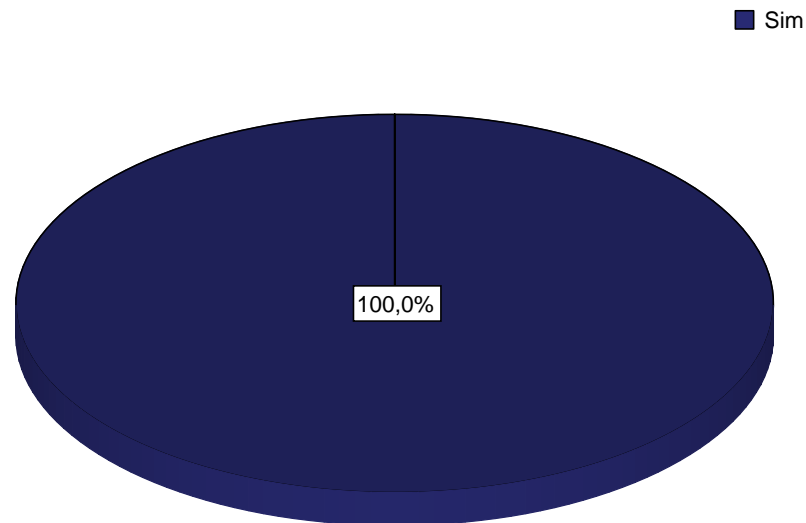
Onde o entrevistado ouviu falar da comida típica de Fernando de Noronha



Turistas: experiência com a comida típica de Fernando de Noronha

O entrevistado já experimentou a comida típica de Fernando de Noronha
- Turistas

- Todos os **Turistas** entrevistados já haviam experimentado a comida típica de Fernando de Noronha. Um dado satisfatório, já que 56% dos entrevistados visitaram estabelecimentos do SAFL de quatro a cinco vezes e tiveram o interesse em conhecer a culinária local.



Equipe Técnica

- Coordenação geral: Hέλvio Luiz Lopes de Brito
- Analistas:
 - Pesquisa Quantitativa: Luciana Nery França
 - Pesquisa Qualitativa: Cláudia Pinto Chaves
 - Pesquisa semi-estruturada: Luciana Nery França
- Relatório Final: Cláudia Pinto Chaves
- Estatística responsável: Luciana Nery França
- Coordenação de campo em Bonito: Said Félix Costa



Realização



*Av. Raja Gabaglia, 1000 • Sl. 1007
Cidade Jardim • CEP: 30380 090
Belo Horizonte • MG • Brasil
Telefax: +55 31 3292 0909
focus@focuspesquisa.com.br
www.focuspesquisa.com.br*

