

# Caminhos do Sabor

A união faz o destino

RECIFE – PERNAMBUCO

**Desenvolvimento de destinos turísticos através  
da gastronomia**

**Outubro de 2008**

- Este relatório apresenta os resultados da pesquisa realizada em Recife, 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 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 66 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 65 entrevistas estruturadas, de caráter quantitativo, junto a turistas que se encontrassem em Recife no período de realização da pesquisa. Os entrevistados deveriam ter pelo menos de menos 18 anos de idade, estar em Recife há no mínimo 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 Recife, 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 05 e 19 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 30 empresários, selecionados intencionalmente de listagem fornecida pela ABRASEL. As entrevistas foram aplicadas entre os dias 05 e 19 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 foi aplicada entre os dias 05 e 19 de Agosto de 2008, na cidade de Recife de acordo com a disponibilidade do entrevistado.

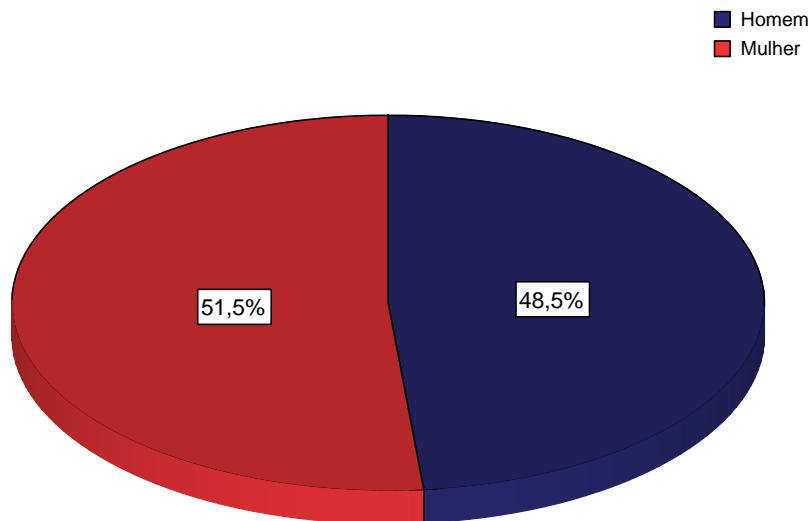


## CAPÍTULO 2 – PERFIL DOS ENTREVISTADOS

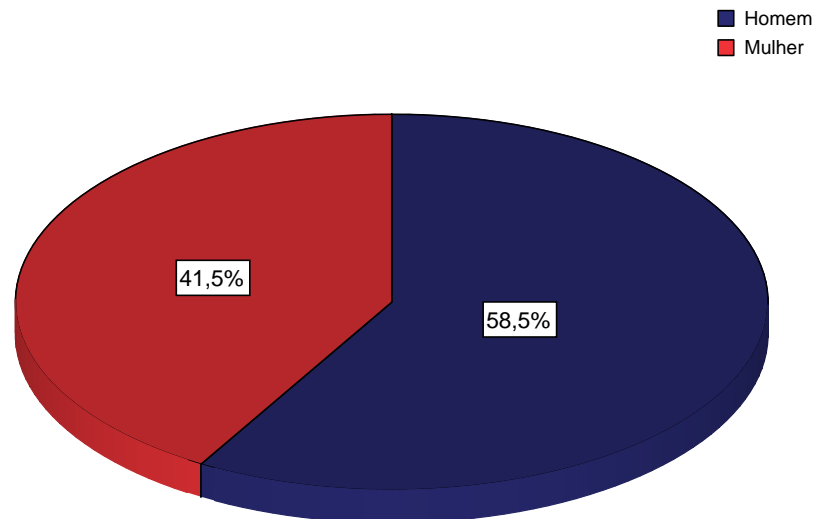
- Perfil Demográfico: Consumidores Locais e Turistas
- O Turista de Recife

# Gênero dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Sexo do entrevistado - Consumidores Locais



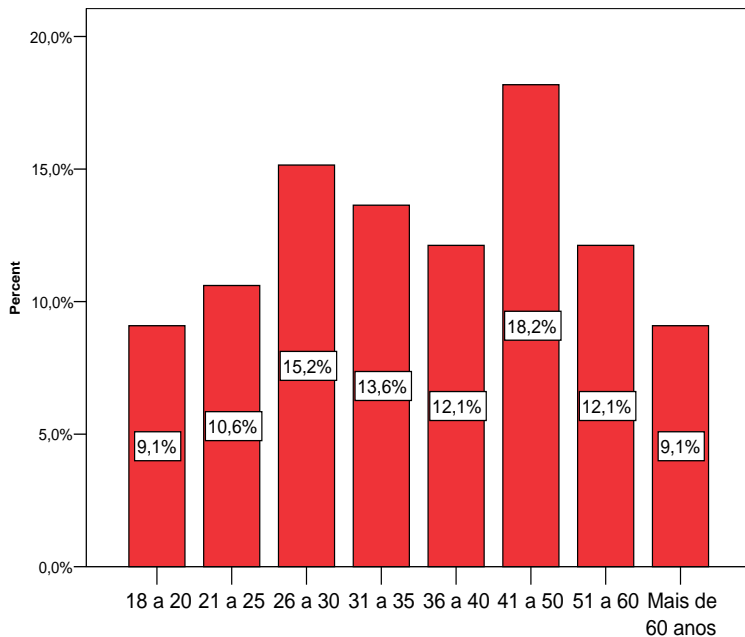
Sexo do entrevistado - Turistas



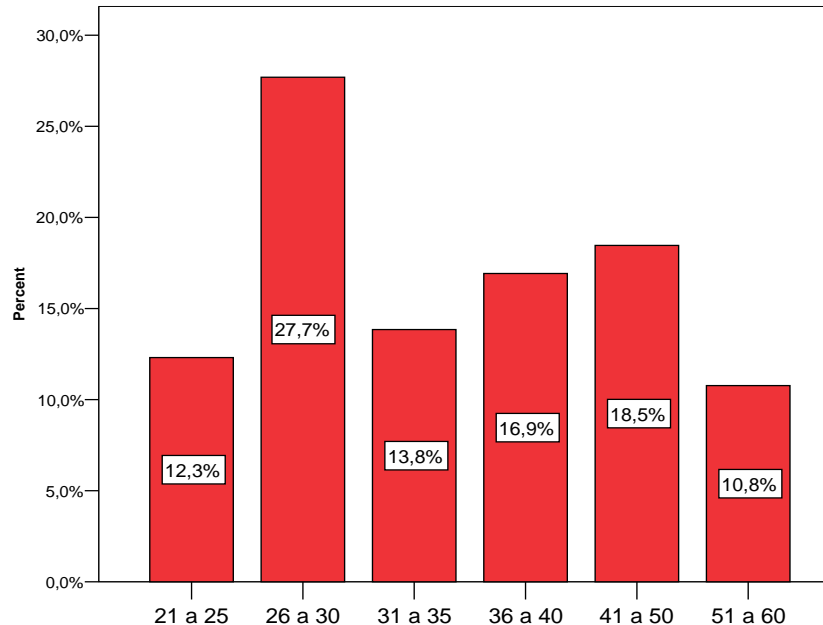
Entre os **Consumidores Locais**, pouco mais da metade é constituída por pessoas do sexo feminino (51,5%). Já em relação aos **Turistas**, quase 60% dos entrevistados eram homens.

# Faixas etárias dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

Idade do entrevistado - Consumidores Locais



Idade do entrevistado - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



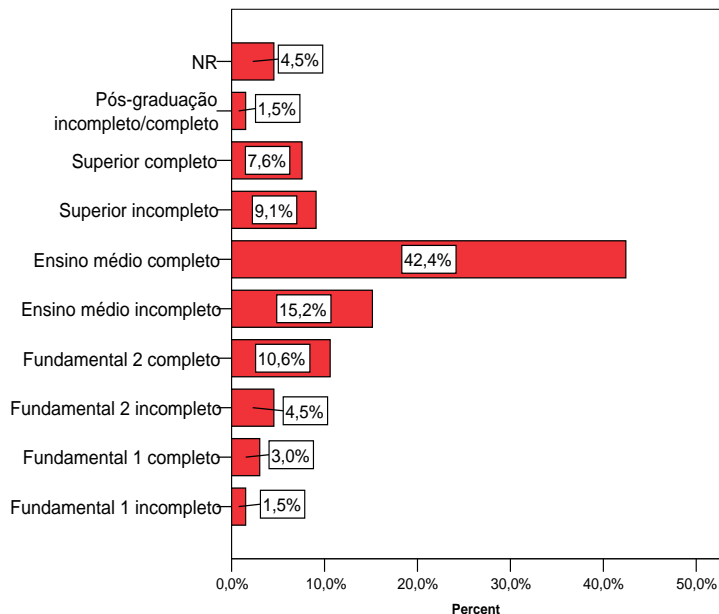
## Faixas etárias dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

- Conforme cota fixada para a realização da pesquisa, foram abordados **Consumidores Locais** que atendiam a todas as faixa etárias. Podemos perceber que a cidade de Recife apresenta uma diversidade etária muito grande, com pico na faixa de 41 a 50 anos mas não chegando há 20% da amostra.
- Já entre os **Turistas** entrevistados podemos perceber que houve relativa distribuição da faixa etária mas com um destaque maior para a faixa de 26 a 30 anos, com 27,7% da amostra. As faixas de 36 a 50 anos também aparecem com um certo destaque na amostra, com 35,4% dos entrevistados. Nota-se que a cidade é procurada praticamente por todas as faixas etárias.

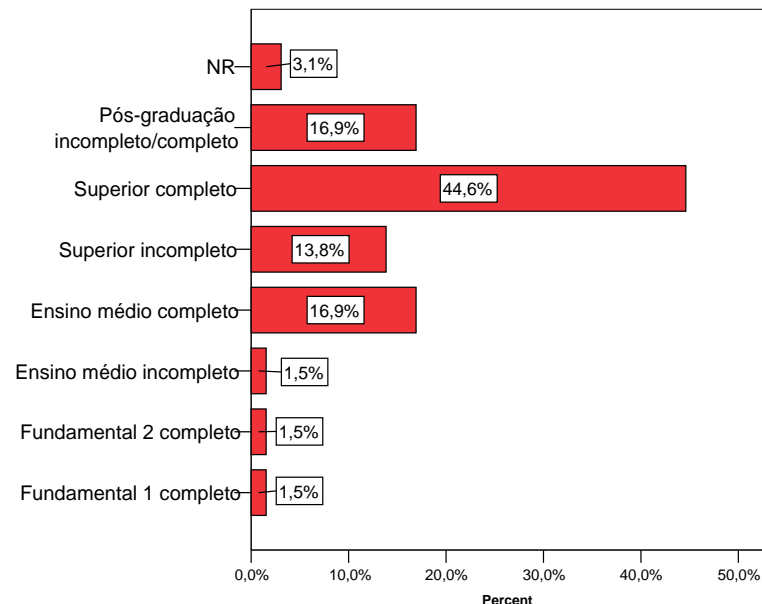


## Escolaridade dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

### 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 60% da amostra. Já entre os **Turistas** entrevistados, temos 61,5% da amostra com a formação superior completo e pós graduação completa/incompleta.

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA


Apoio:

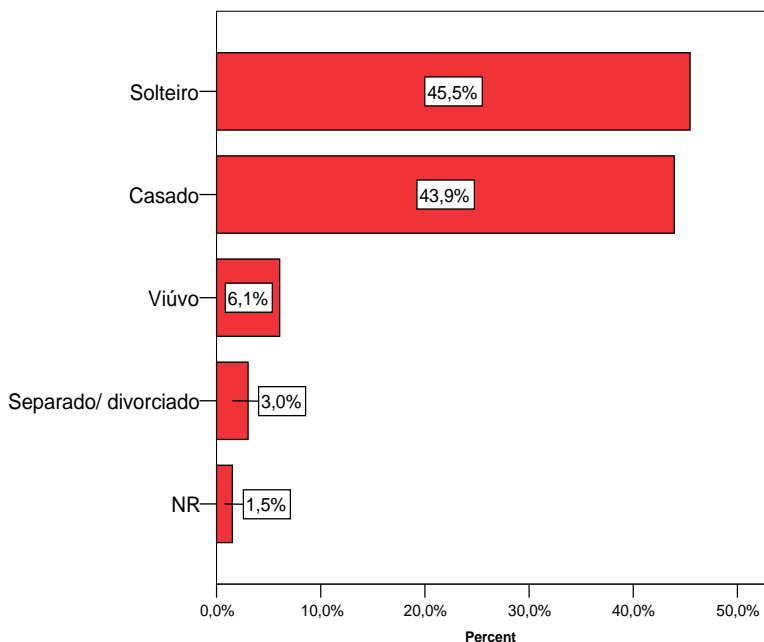
**SEBRAE**

Realização:

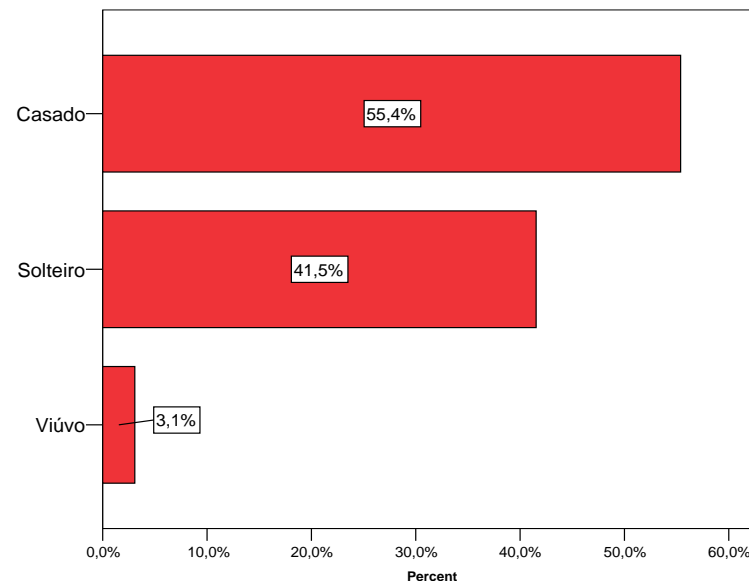
**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES
Ministério  
do Turismo
**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## Estado Civil dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

### Estado Civil - Consumidores Locais



### Estado Civil - Turistas



Em relação ao estado civil dos **Consumidores Locais**, existe uma proximidade entre os solteiros e casados, sendo os grupos separados por apenas 1,6%. Já em relação aos **Turistas** entrevistados, os casados possuem maior representatividade (55,4%), com mais de 10% a mais de citações.

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 PAÍSES DE DESTINO  
GOVERNO FEDERAL

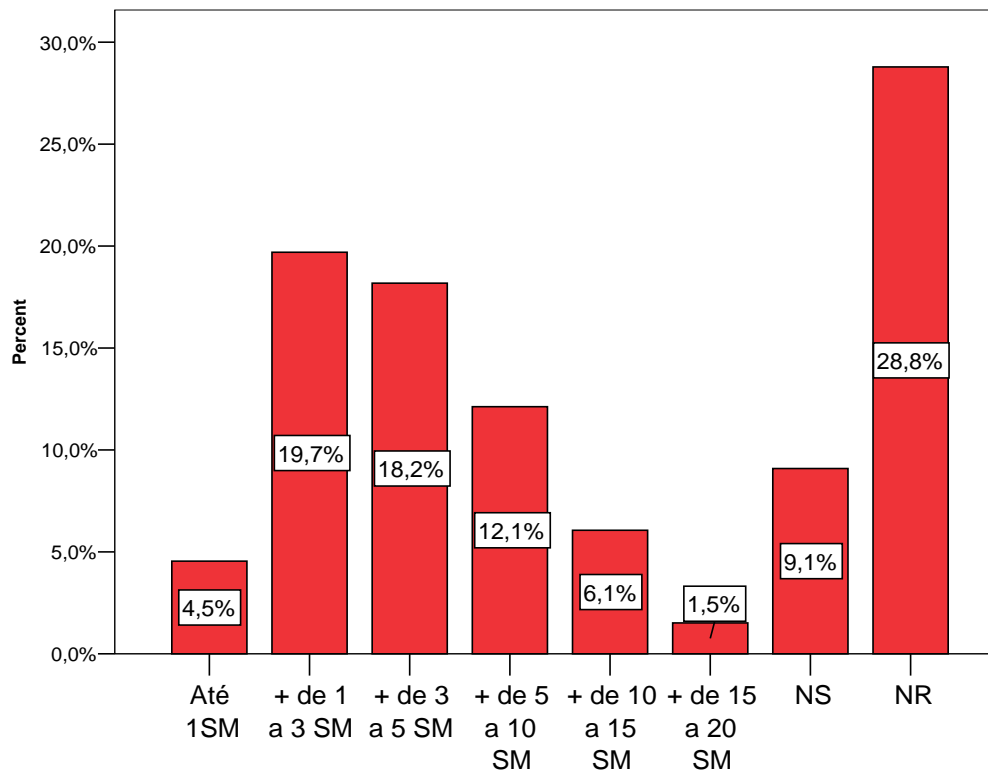
## Renda familiar dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

- Como poderá ser visto nos próximos gráficos, a renda familiar dos **Turistas** entrevistados e a dos **Consumidores Locais** apresenta certa dissonância.
- A renda dos **Consumidores Locais** se concentra abaixo de 5 salários mínimos com 42,4% da amostra. Podemos dizer que é uma renda relativamente baixa principalmente pelo fato de termos uma diversidade de faixas etárias na cidade.
- Já entre os **Turistas** entrevistados, a faixa acima de 5 salários mínimos é representada por mais de 50% da amostra.
- Uma curiosidade que pode ser observada é que em ambos os grupos existiu uma porcentagem considerável de entrevistados que não respondeu a esta questão: 28,8% dos Consumidores Locais e 35,4% dos Turistas.
- A dissonância de renda entre os dois grupos provavelmente é reflexo da grande diferença do grau de escolaridade, principalmente quando vemos que a faixa de idade predominante entre os Turistas é de 26 à 30 anos.



# Renda familiar dos entrevistados – Consumidor Local e Turistas

## Faixa de renda familiar - Consumidores Locais

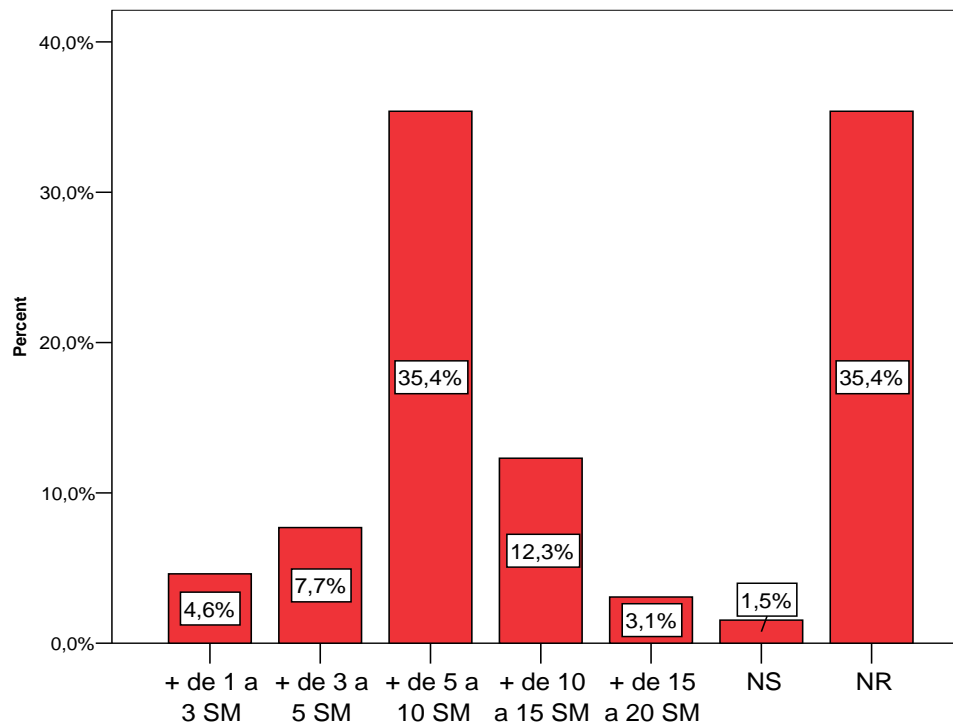


Referência: Salário Mínimo de R\$ 415,00 – Março de 2008



# 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 Recife: quem são, de onde vêm

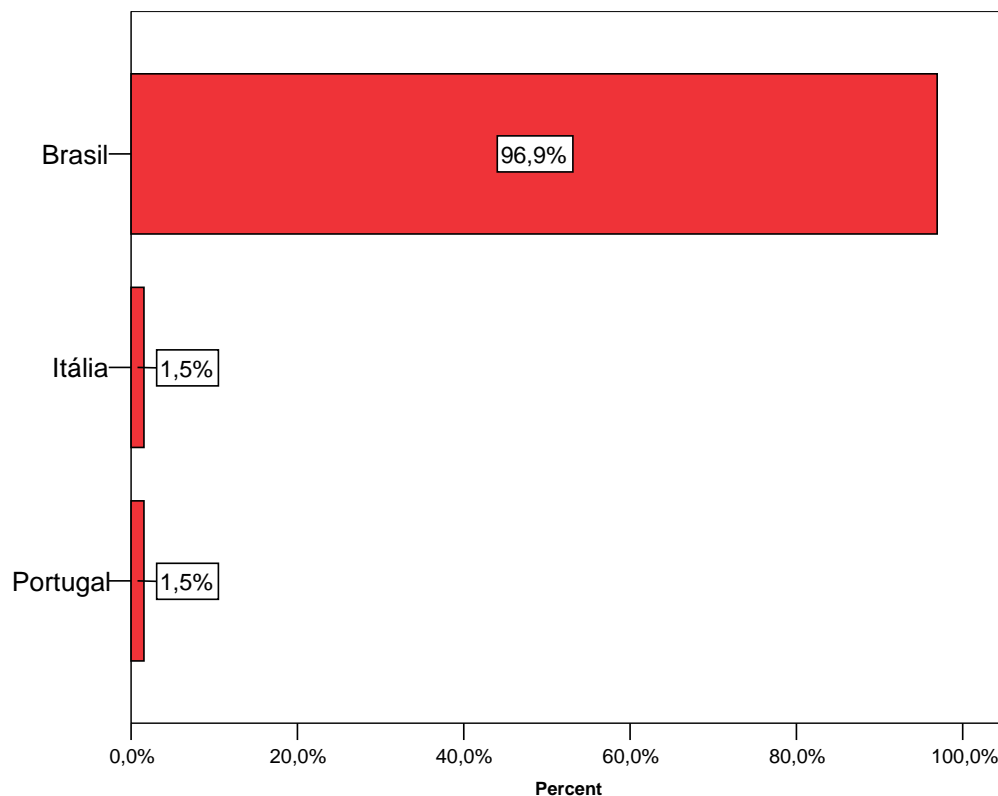
- O perfil dos **Turistas** de Recife é resultado da análise dos dados obtidos nos questionários aplicados à amostra deste público abordada no *survey*.
- A grande maioria dos **Turistas** é originária do Brasil, com grande projeção do estado de São Paulo, sendo que a região Sudeste apresenta certo destaque. Quando analisadas as cidades, as capitais aparecem como principais emissoras de Turistas para a capital pernambucana.
- Uma pequena parcela dos **Turistas** provinha da Itália e de Portugal.
- Os **Turistas** são atraídos para Recife principalmente pelo turismo de negócios – o que provavelmente justifique a presença massiva de paulistas na capital – sendo o lazer o segundo atrativo. Este destino é procurado principalmente por grupos com no máximo 3 pessoas, composto principalmente de amigos/colegas/parentes e a maioria já havia estado na cidade anteriormente.
- As pessoas chegam à cidade principalmente de avião e planejam ficar, em sua maioria, por um período acima de seis dias.



## Perfil do turista de Recife: origem

- A grande maioria dos **Turistas** entrevistados são brasileiros (96,9%). Itália e Portugal são os outros países que foram citados na amostra (3%).

País de origem do entrevistado - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

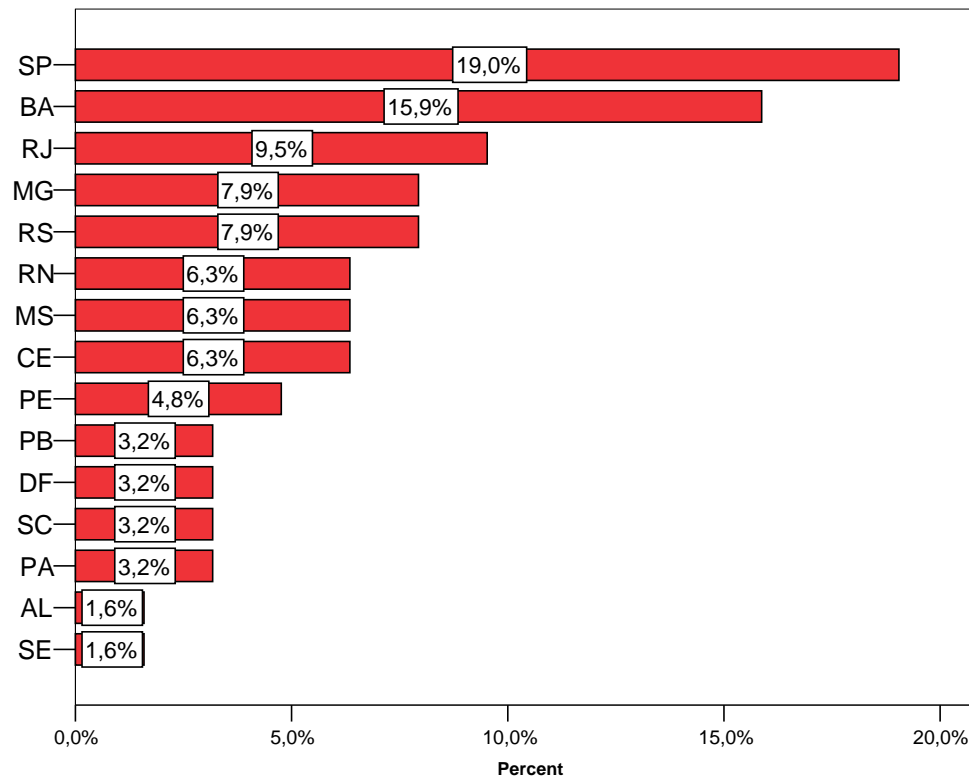
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS. MUITOS DESEJOS.  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: origem

- Entre os **Turistas** brasileiros, foi apresentada uma diversidade de estados de origem (15 ao todo). São Paulo aparece como principal estado emissor de turistas para Recife, com quase 20% da amostra. A Bahia também aparece com uma porcentagem considerável, totalizando 15,9% da amostra.
- Devemos nos atentar ao fato de existirem turistas de todas as regiões do país, sendo que, depois do Nordeste, a região Sudeste é a região com maior representatividade.

Estado de origem do entrevistado - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

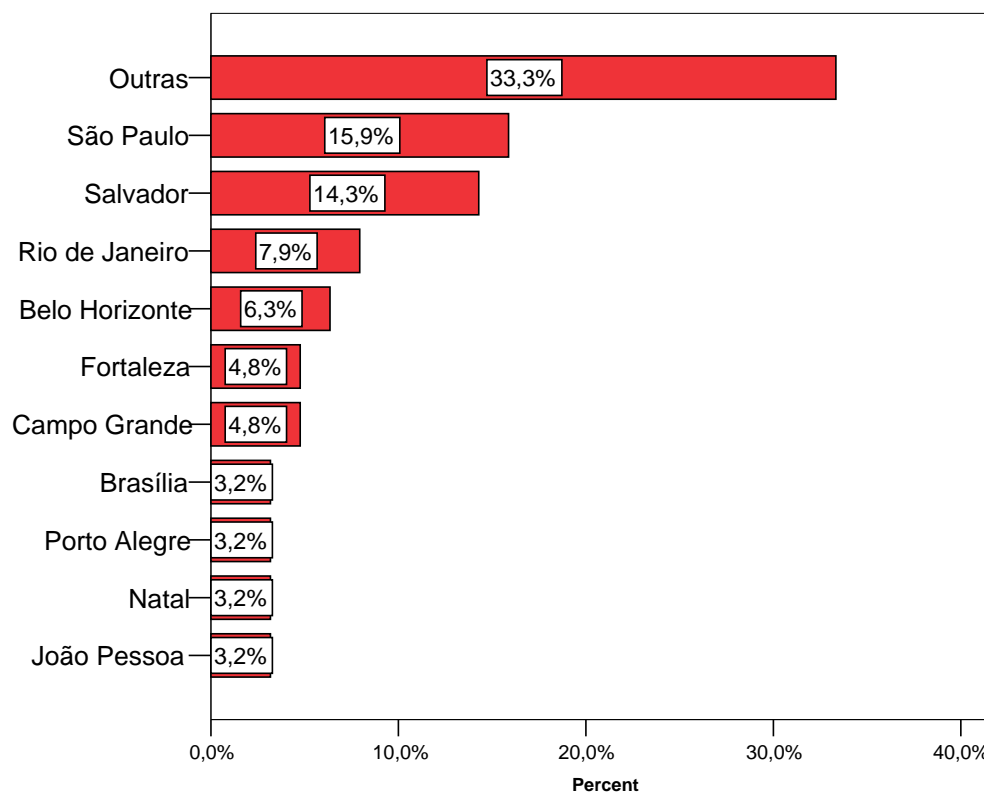
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: origem

- O gráfico ao lado mostra que a capital paulista é a maior emissora de **Turistas** para Recife (15,9%). Muitas outras cidades também foram citadas, demonstrando uma diversidade de origens dos turistas. Das cidades que tiveram representatividade suficiente para serem computadas, somente Campo Grande não era capital de algum estado, sendo que as capitais totalizaram 62% da amostra.

Cidade de origem do entrevistado - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



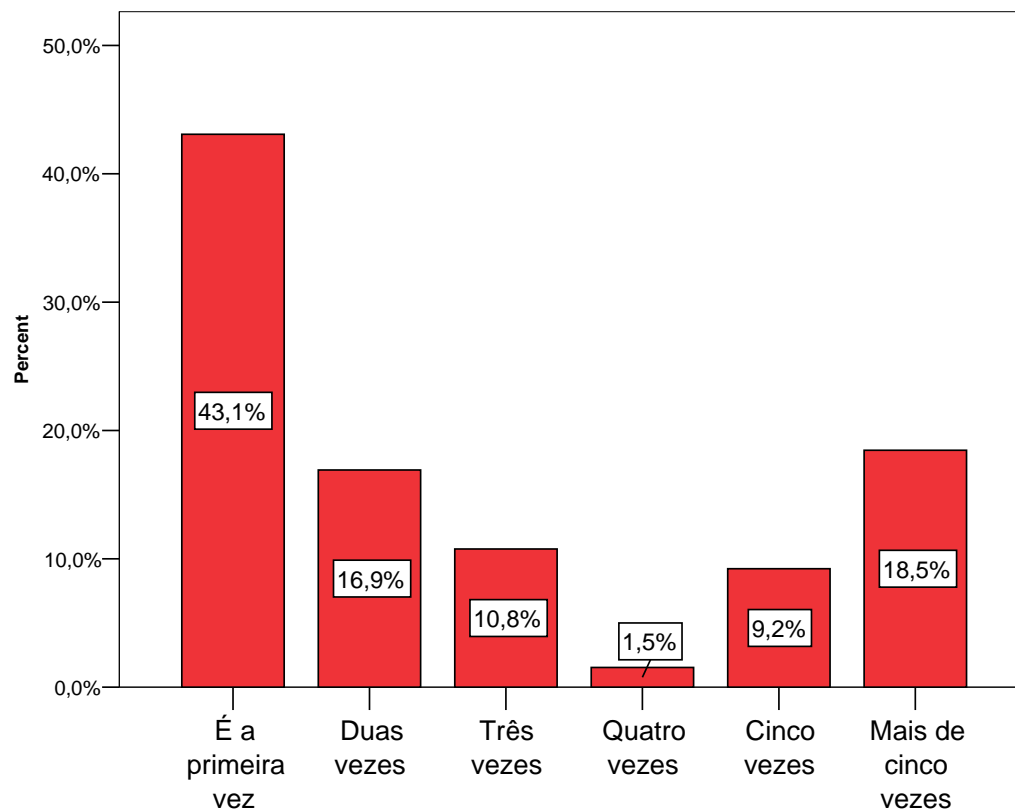
Ministério do Turismo



## Perfil do turista de Recife: freqüência a Recife

- Dentre os **Turistas** de Recife que foram entrevistados, menos da metade estava indo pela primeira vez à cidade (43,1%).
- Podemos perceber, com esse dado, que a cidade é bastante atrativa já que 56,9% da amostra estava retornando à cidade, e mais de um quarto da amostra já havia estado em Recife no mínimo 5 vezes.

Quantas vezes o entrevistado já foi a Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

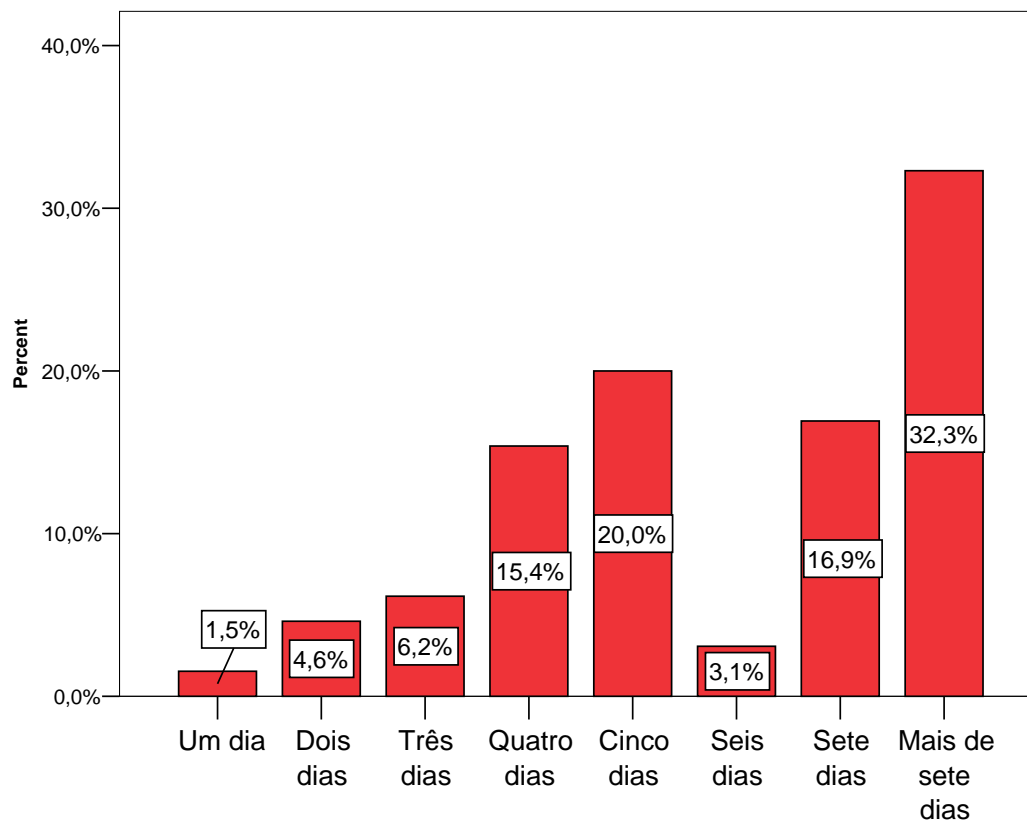
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: permanência na cidade

- Sobre a permanência dos **Turistas** entrevistados na cidade de Recife, houve uma pulverização das respostas. Quase 50%, no entanto, pretendia ficar na cidade por no mínimo sete dias.
- Devemos observar que o período de permanência por até três dias teve pouco mais de 10% da amostra, o que significa que a cidade não deve ser muito procurada somente para estadia em finais de semana ou feriados prolongados, sendo um destino procurado para estadias mais longas.

Tempo planejado para permanência em Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abraseL**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

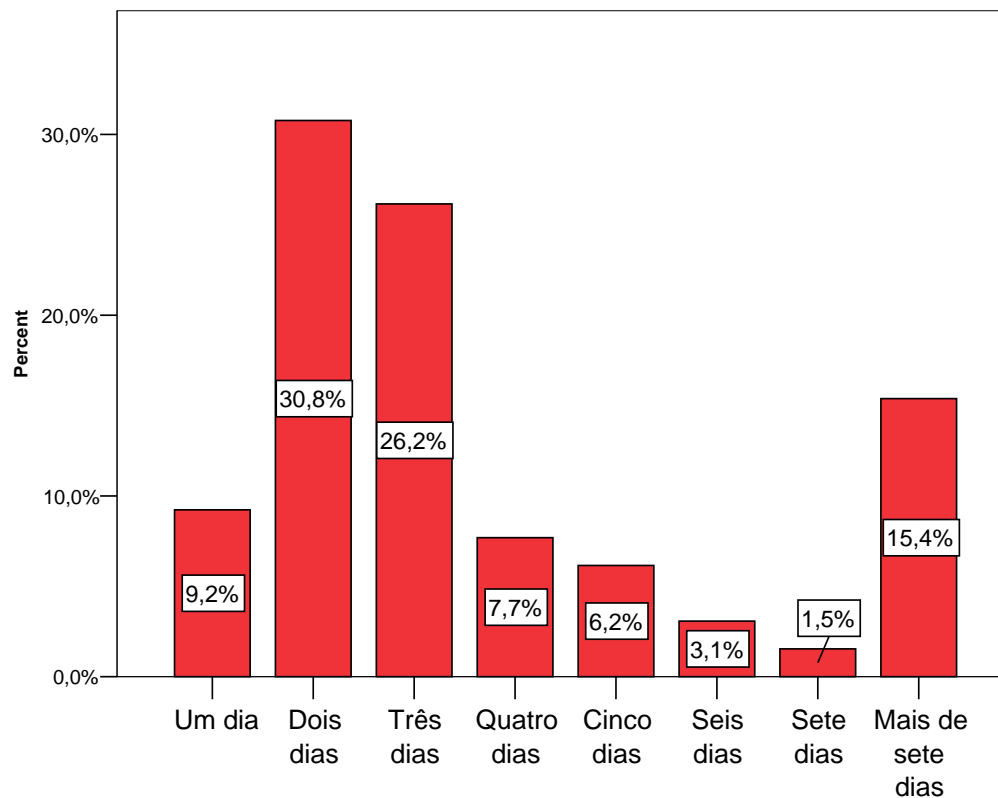
Ministério  
do Turismo

**B.R.A.S.I.L.**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: permanência na cidade

- A grande maioria dos **Turistas** entrevistados estava na cidade há até 3 dias (66,2%). Trata-se de um número bastante representativo na amostra.

Há quantos dias o entrevistado estava em Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

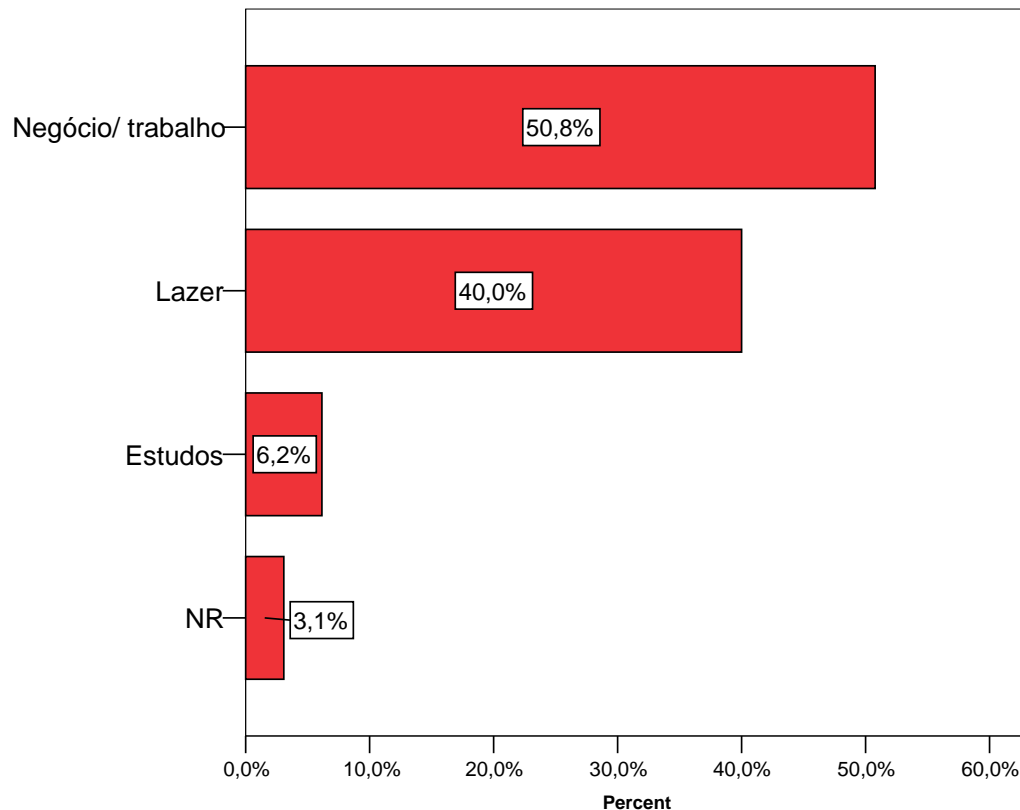
**B.R.A.S.I.L.**  
EM PAÍSES DE TODOS OS  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: finalidade da viagem

- Mais da metade dos **Turistas** estava na cidade devido à negócios/trabalho. O lazer foi o segundo motivo mais citado, com 40% da amostra.

- Trata-se de uma informação relevante que confirma a vocação da cidade para o turismo de negócios.

### Qual o motivo da viagem - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA


Apoio:

**SEBRAE**

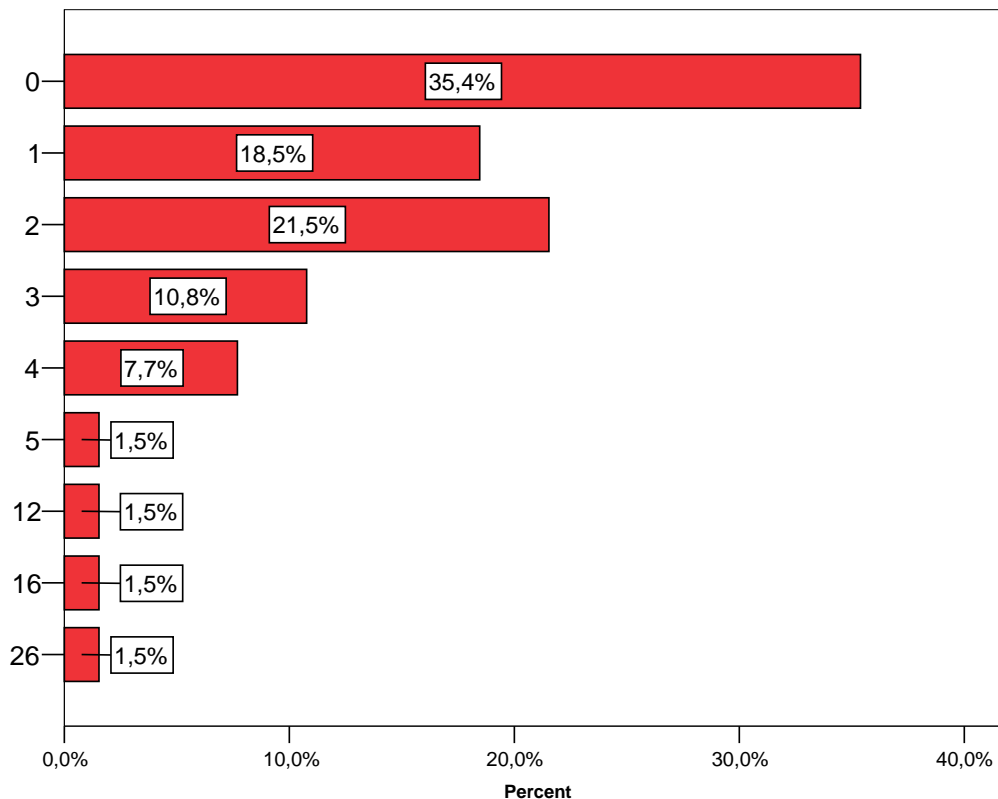
Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES
Ministério  
do Turismo
**BRASIL**  
EM PAÍSES DE TODOS OS  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: com quem viajam

- Mais da metade dos **Turistas** entrevistados estava na cidade sozinho ou acompanhado de até duas pessoas (75,4%).
- A presença de grupos compostos por poucas pessoas se dá, provavelmente, em virtude do turismo de negócios.
- Podemos perceber que a cidade não é muito procurada por grandes grupos compostos por mais de 10 pessoas, mas que estes apresentaram uma pequena parcela da amostra (4,5%).

Com quantas pessoas o entrevistado estava viajando - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

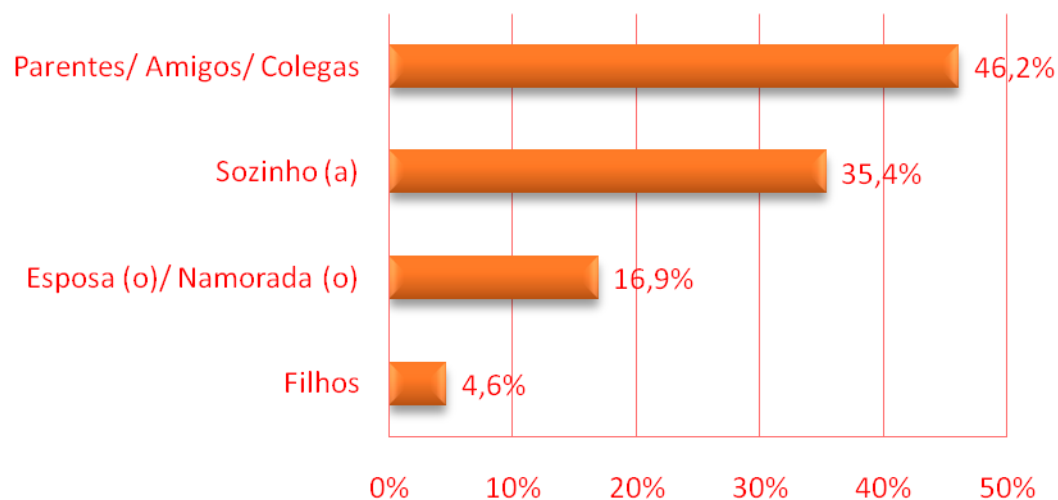
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
EM PAÍSES DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

## Perfil do turista de Recife: com quem viajam

- A companhia mais comum entre os Turistas são parentes/amigos/colegas (46,2% da amostra).
- Podemos perceber que a cidade não é muito visada por casais (com apenas 16,9% da amostra) e também por famílias com filhos (4,6% da amostra).

### Com quem o entrevistado estava viajando Resultados para Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA

Apoio:

**SEBRAE**

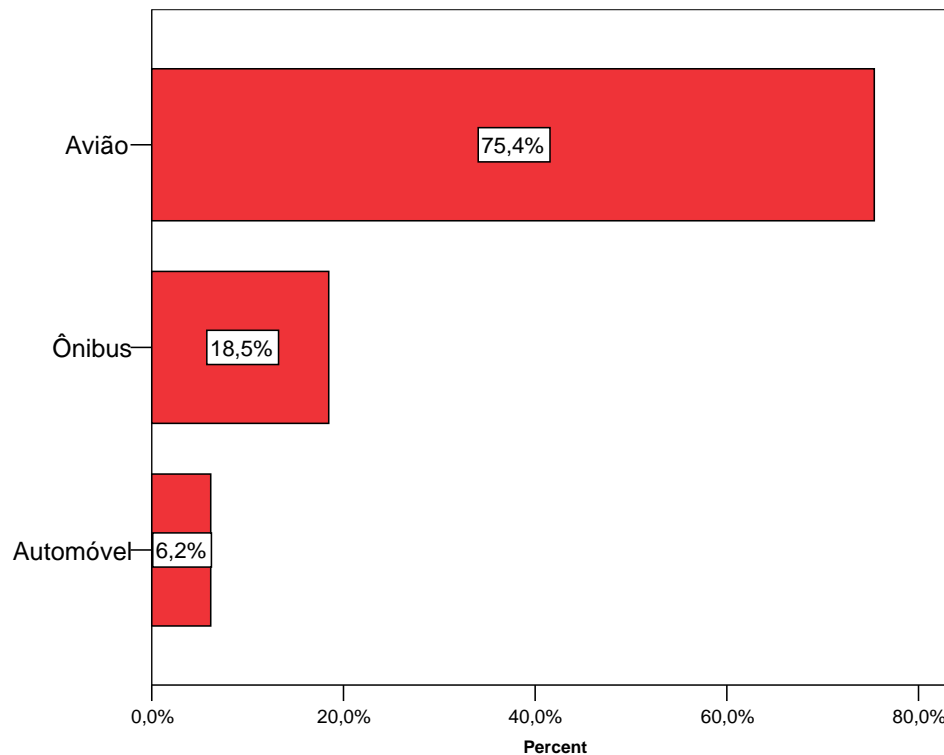
Realização:

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

## Perfil do turista de Recife: como viajam

- A grande maioria dos **Turistas** entrevistados chegou à cidade de avião (75,4%).
- Esse dado provavelmente é resultado dos vários estados de origem do Turista de Recife.

Como o entrevistado chegou a Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## CAPÍTULO 3 - O TURISMO EM RECIFE

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

## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Quando se ativeram ao setor de SAFL da cidade, o Grupo de Governança apresentou que tem havido um crescimento considerável na cidade nesse setor e é importante tanto como fomentador do turismo quanto para a população local que valoriza e frequenta os estabelecimentos de SAFL.

*“Muitíssimo importante. Nós tivemos aí um crescimento. Nós passamos a perceber de acordo com pesquisas o perfil do turista de eventos que vem a Pernambuco. Na pesquisa perguntamos quais os principais atrativos turísticos do estado. E a partir do ano passado a parte de gastronomia começou a aparecer em terceiro lugar. Ainda é um número baixo e insignificante em relação ao produto. A economia realmente está virando o primeiro pólo norte/nordeste de economia e isso é um excelente desafio. Então você vem para Pernambuco você pensa no que vai comer lá, na diversificação de restaurantes que você tem aqui no estado”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

*“Bem, Recife está vivendo um momento muito interessante, por que o SAFL que é o segmento que a gente atua vem recebendo incentivos, tanto do poder público, como da própria prefeitura. Eu acho que a gente vive um momento muito bom, temos aí uma oportunidade grande, tem o Porto de Suape, tem refinaria, tem muitas coisas boas acontecendo, eu acho que a gente está vivendo um momento muito bom. Eu acho que sim, está havendo crescimento”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“A avaliação da atividade econômica ela está muito voltada para uma introspecção futura. Eu acho que todos os segmentos do mercado estão olhando, estão com o olhar para o futuro. A gente tá com a chegada aí e esse incremento do Porto do Suape, a gente tem uma série de investimentos na área digital, na tecnologia, então eu acho que Recife, o Estado de Pernambuco, e principalmente Recife tem uma perspectiva de um crescimento muito grande, inclusive tem estudos que indicam que até 2012 o PIB do estado vai dobrar então isso é muito bom pra todo mundo, essa previsão é baseada em dados econômicos do Banco do Brasil”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Quando solicitados a analisar a cidade de Recife do ponto de vista da importância do turismo na economia da cidade, o Grupo de Governança destacou o fato da cidade estar crescendo muito e tendo uma projeção futura muito boa tanto para investimentos quanto para economia.
- Essa projeção acontece muito em função do incremento do porto do Suape e da chegada da refinaria, além de outros investimentos.

*“Turismo é hoje uma das principais atividades econômicas daqui. Turismo de negócios e eventos. Hoje nós temos aqui um crescimento enorme devido ao porto do Suape e a refinaria que tá chegando aqui. Várias empresas estão chegando e essas empresas trazem turistas que vão vir para Pernambuco para fechar negócios. Então estas pessoas vão conhecer o estado e vão ver também as belezas naturais, culturais, as oportunidades econômicas que tem aqui no estado. Então o turismo de agora em diante só tem a crescer”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

*“É uma atividade importantíssima, inclusive a gente difunde que Recife hoje é o primeiro pólo gastronômico do Nordeste, e a gente defende isso em função da quantidade, da variedade, da qualidade que a gente apresenta. Então sem dúvida no nordeste, Recife é fundamental”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“É uma atividade muito importante para Recife, uma atividade de alimentos fora do lar, por que os dados estatísticos mostram que Recife é o primeiro pólo gastronômico do norte-nordeste né? Então a gente percebe a demanda crescente do setor que a alimentação fora do lar aprofunda o número de bares e restaurantes demonstram isso nas pesquisas”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

*“O SAFL é importantíssimo, a alimentação tá dentro do setor de hospitalidade, ela representa o bem estar e a saúde do nosso povo e do nosso visitante. Tem sido capitalizado bastante recurso através de projetos. A gente sabe que o recifense de modo particular tem o hábito, até pela dinâmica da cidade de fazer suas refeições, especialmente alguns fora de casa. Por que trabalha, por que precisa se deslocar, se tem muito trânsito, então essa..., ou no shopping, nos restaurantes, eles têm muita uma movimentação muito grande no horário do almoço e para o turista a nossa gastronomia ela é um ícone né? As pessoas que vem a Pernambuco, que vem a Recife, eles vêm também interessados e motivados pra conhecer a nossa culinária, a nossa gastronomia e a partir disso obviamente conhecer os restaurantes enfim os estabelecimentos. A alimentação eu acredito que uma boa alimentação interfira na qualidade de vida de qualquer população”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Sobre os pontos positivos e negativos apresentados em relação ao setor, o Grupo de Governança coloca, como ponto positivo, a grande empregabilidade que o setor apresenta.

*“O alto nível de empregabilidade é outra coisa importante e eu falei a quantidade de pessoas que o setor emprega é realmente muito significativo”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

- E como qualidades do setor, foram apontados a qualidade e também o fato dela projetar a cultura regional.

*“Eu considero uma excelente qualidade ela representar a cultura, ela reverbera a cultura do povo”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Qualidade na comida, comida deliciosa e a qualidade no sabor, infra-estrutura física”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Como pontos negativos foram citados a pouca qualificação da mão de obra e o pouco profissionalismo de muitos estabelecimentos.

*“Ainda infelizmente acredito que não só é a realidade de Pernambuco, mas do Brasil, a questão de estrutura e de qualificação de mão-de-obra”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Eu acho que o ponto negativo ainda tem aí o despreparo de uma cultura de estabelecimentos que apesar de todo esse crescimento, apesar de toda modernização, apesar de todo o esforço de entidades e empresários fazem na qualificação na melhoria de seus negócios, a gente ainda tem muito que crescer. Na parte de treinamento, de adequação, de automação, de processos, o segmento ainda trás um pouco daquela história do caseiro, ainda tem muito estabelecimento muito caseiro, muito estabelecimento tomando conta no caderninho, eu acho que esse trabalho ainda vai demorar um tempinho para ser feito, mas está caminhando a passos largos”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- E como defeito foi apontada a grande rotatividade da mão de obra do setor.

*“Eu considero como defeito a rotatividade da mão-de-obra que atende esses estabelecimentos. Isso prejudica o estabelecimento. Obviamente isso prejudica o atendimento e a qualidade de serviço que a cidade presta através desses profissionais, por que, a gente investe em qualificação, é para os cozinheiros, para os garçons, e o garçom que hoje fez o curso com a gente, amanhã mudará de área, daqui a mais um mês não está mais naquele estabelecimento, por algum motivo ele saiu e entra outro que não tem qualificação nenhuma e a gente não tem um controle disso”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Quando questionados sobre o porte das empresas de SAFL da cidade de Recife o Grupo de Governança avaliou como havendo estabelecimentos de todo porte, sendo que prevalecem os de médio porte.
- No que diz respeito à forma de administração, existem muitas empresas familiares ainda, apesar da maioria não ser, e essas que são familiares estão buscando uma profissionalização para se manterem competitivos.

*“Nós temos empresas e restaurantes muito grandes e muito bons e de bandeira nacional, vamos dizer assim. E a gente tem restaurantes menores, medianos e pequenos que atendem a todos os extratos da sociedade, que atendem a todos os extratos de turistas que chegam aqui”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Existe muita empresa familiar, muita. Eu não sei dizer exatamente o número, mas chutaria de 30% a 10% de empresas familiares e 70% de não familiar”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

*“A grande maioria são de médio porte, a grande maioria. Tem uma minoria de grande porte, e pequeno porte a gente pode chamar, dos barzinhos menores, e a grande maioria, grandes restaurantes se fosse fazer uma média assim seria assim, sei lá 10%, seria talvez 80% pequeno porte mais 10%. Eles estão se profissionalizando sim, acho que há uma crescente profissionalização. O empresário hoje, seja de que porte for, está preocupado em acompanhar o mercado, com relação à capacitação sim”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Eu acho que o que está forçando isso aí é a velocidade com que o mercado está crescendo, as empresas novas chegam, as empresas mais profissionalizadas chegam e aquelas empresas que são mais familiares, que são mais caseiras, elas sentem-se obrigadas a se adequarem ao mercado”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

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

## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Um importante trabalho vem sendo realizado em Recife e foi apontado pelo Grupo de Governança. Trata-se do Recife Receptivo.

*“O Governo do Estado tá se preocupando com o treinamento também e está com um projeto agora que chama “Recife Receptivo”. É um treinamento vivo onde você vivencia o produto turístico Recife. Então os funcionários da recepção, governanta, enfim, e passam a levar eles para os atrativos turísticos de Recife. Então mostra para eles o que o turismo de Recife oferece. O garçom, recepcionista não tem a menor idéia do que é o Ricardo Brenan, o que é o passeio de catamarã. Então com esse projeto receptivo eles vão passar a vivenciar realmente o que é o turismo para poder indicar os turistas nos hotéis”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

- Sobre os órgãos que representam esse setor foram citados a ABRASEL e o Sindicato, entre outros. Quando questionados a respeito da força desses órgãos, foi apontado um crescimento e fortalecimento deste segmento.

*“Além do SEBRAE, a própria associação, a ABRASEL, o Sindicato, o segmento vem trabalhando com essa entidade, mais fortemente a gente trabalha com a ABRASEL, tem também a Associação da Boa Lembrança, que trabalha como parceiro nosso, e outros profissionais liberais que atuam também no setor, existem também o apoio do setor privado, que a gente procura tá desenvolvendo projetos, ou trabalha com essas pessoas apoiando aquela ação ou concentrando para desenvolver para o segmento no caso”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: avaliações do Grupo de Governança

*“A gente tem participado de todas as ações que tem acontecido na cidade. As festas, festivais, roteiros, enfim a gente tem participado praticamente de todas as iniciativas, eu acho que a gente está melhorando a cada dia a nossa participação, não só como poder estadual, mas como poder municipal, e melhorando a cada dia esse nosso relacionamento”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Os órgãos setoriais que organizam e defendem os direitos dos SAFL em Recife são a ABRASEL, a Secretaria do Turismo, e tem um parceiro nosso que tem trabalhado nesse sentido que é a lautizo, que tem proporcionado a roda de boteco”.*

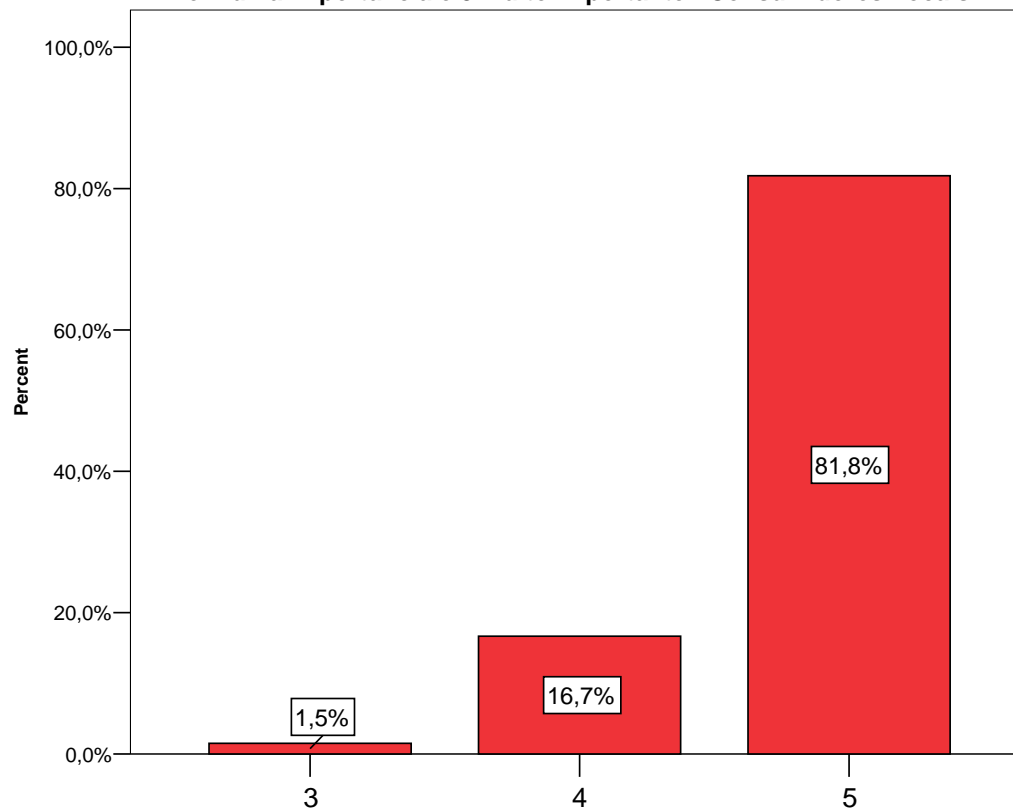
**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo na economia de Recife: Consumidores Locais

- Para a grande maioria dos **Consumidores Locais** entrevistados o turismo tem altíssimo grau de importância.
- Devemos nos atentar para o fato da menor nota aplicada a essa questão foi a nota três, e mesmo assim com baixa representatividade, reforçando a força do turismo na cidade.

Importância do turismo em Recife para a economia da cidade - Nota 1 nenhuma importancia e 5 muito importante - Consumidores Locais



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

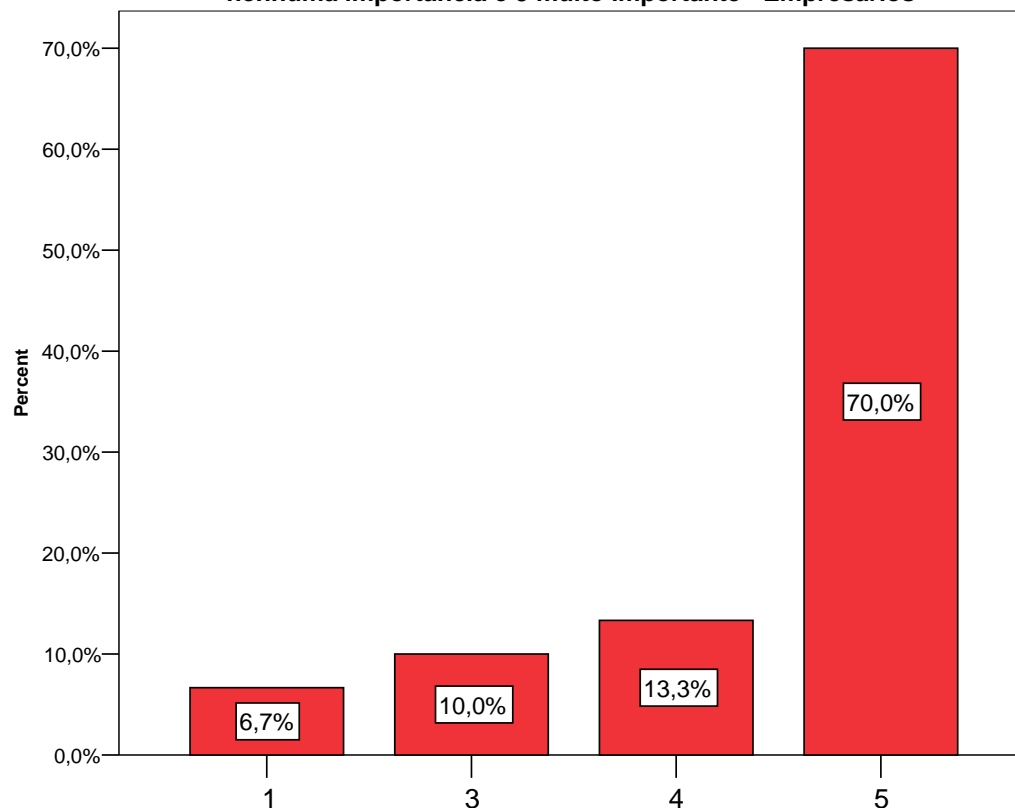
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TANTOS  
GOVERNO FEDERAL

## O turismo na economia de Recife: Empresários do SAFL

- **70% dos Empresários** compartilham da opinião dos Consumidores Locais, declarando que o turismo é uma atividade de extrema importância para a cidade.
- Neste grupo foi atribuída nota mais baixa que 3, e com um grau de representatividade um pouco maior que no grupo anterior. No entanto, a nota 5 permanece em grande maioria.

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



# O turismo na economia de Recife: pontos positivos e negativos – Sumarização

## Pontos Positivos

- Projeção da cidade no cenário turístico mundial
- Desenvolvimento da cidade principalmente em relação ao turismo de negócios
- Aquecimento da economia

## Pontos Negativos

- Criminalidade / Violência / Drogas
- Inexistência de praias mais isoladas

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

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

## O turismo em Recife: principais atrativos

- Em relação à frequência da população local aos estabelecimentos de SAFL, segundo o Grupo de Governança, é um hábito da população, principalmente por questão de necessidade, além de ser procurado também para confraternização.
- A Lei Seca também foi apontada como uma ação que inibiu um pouco a frequência nos estabelecimentos.

*“Eu acho que a gente tem uma boa frequência, eu acho que o público em geral visita bem, e a gente tem sofrido um pouco com o problema da segurança que é um problema geral. Tem inibido uma parcela da população de sair e comer fora, tem sofrido um pouquinho agora com a Lei Seca que é uma coisa que abalou profundamente o segmento, a parte de bar, ainda passamos algum tempo atrás pela lei do cigarro, então o segmento de alimentação fora do lar tem sofrido muitas pressões, tem sofrido muito com tudo isso que está acontecendo”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo em Recife: principais atrativos

*“Durante a semana, a procura pelo SAFL é por questão mesmo de necessidade, no final de semana eu acredito que seja mais pra confraternizar mesmo, encontrar amigos, pra tomar cerveja, pra encontrar familiares”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Para os restaurantes mais diferenciados o jantar, os mais básicos o almoço”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“A população tem o hábito de freqüentar os SAFL, tem sim, hoje a gente percebe nas pesquisas com os clientes que tem caído um pouco por conta da Lei Seca, mas ainda tem os restaurantes principalmente não tem afetado muito não, os barzinhos sim, tem caído bastante, mas os restaurantes têm mantido a freqüência, é como eu disse anteriormente, muita gente se alimenta fora do lar sempre 100%”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo em Recife: principais atrativos

- Em relação aos turistas o grupo destacou que a cidade é procurada por dois tipos de turista, o nacional e o internacional, sendo que este último é mais exigente que o primeiro.

*“A gente tem dois tipos de turistas, o turista nacional e o turista internacional. O turista nacional tem um nível de exigência um pouco menor do que o turista internacional. O turista internacional é um pouco mais exigente com relação a tudo, a preço, limpeza, atendimento etc. Eu acho que a gente tem que melhorar muito a nossa oferta do produto. Desde a hora de o garçom te receber, de te dar um bom dia, te sentar bem na mesa, te oferecer o cardápio do jeito certo, de trazer uma boa comida, uma comida de qualidade bem feita, produzida em um ambiente”...*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## O turismo em Recife: principais atrativos

- Também foi enfatizado que a cidade pode estar perdendo um tipo de turista que busca praias desertas que a cidade não apresenta.

*“Considero uma grande vantagem, Recife tem motivação para os mais variados tipos de turista, embora a gente queira focar e tem motivos para isso em um ou dois perfis. Mas a gente tem perfil aí pra vários turistas eu acho isso uma grande vantagem. O que eu considero desvantagem aí já é uma discussão maior, é que nós temos uma praia belíssima. Lindíssima, mas é uma praia urbana e em qual as pessoas quando querem tirar férias pra ir à praia, elas escolhem uma praia mais deserta. Uma coisa mais isolada e isso a gente não tem aqui dentro de Recife, e a gente acaba perdendo pra esse tipo de turista”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

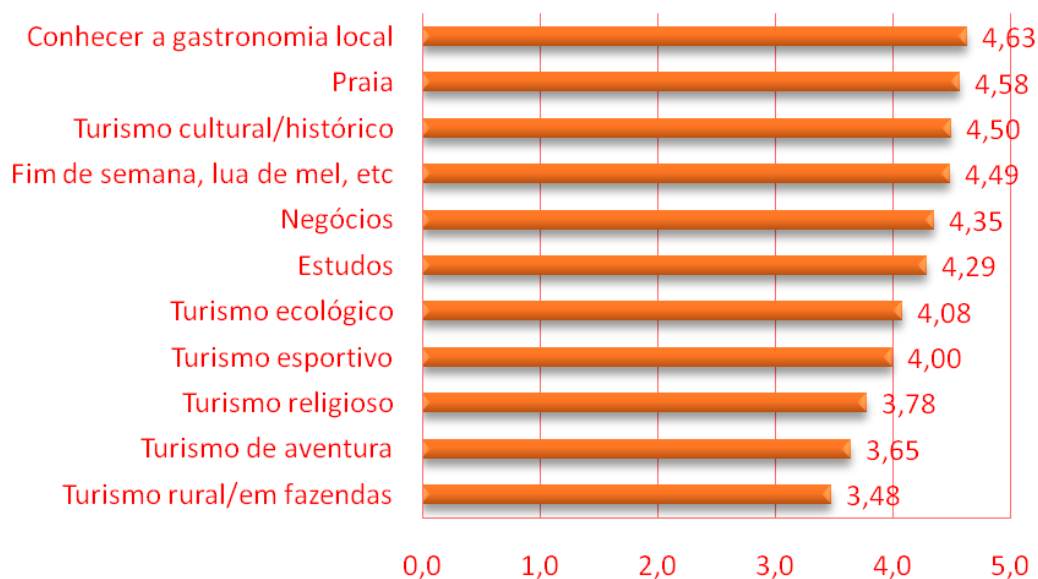
**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo **BRASIL**  
EM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL

## O turismo em Recife: principais atrativos – Consumidores Locais

- Segundo os **Consumidores Locais** entrevistados, o principal atrativo para a cidade é a gastronomia local. Em segundo lugar aparece a praia e em terceiro o turismo cultural/histórico. Esses são os três itens que aparecem com grau de atração à partir de 4,5.

### Tipos de turismo: grau de atração em Recife Resultados para Consumidores Locais



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA


Apoio:

**SEBRAE**

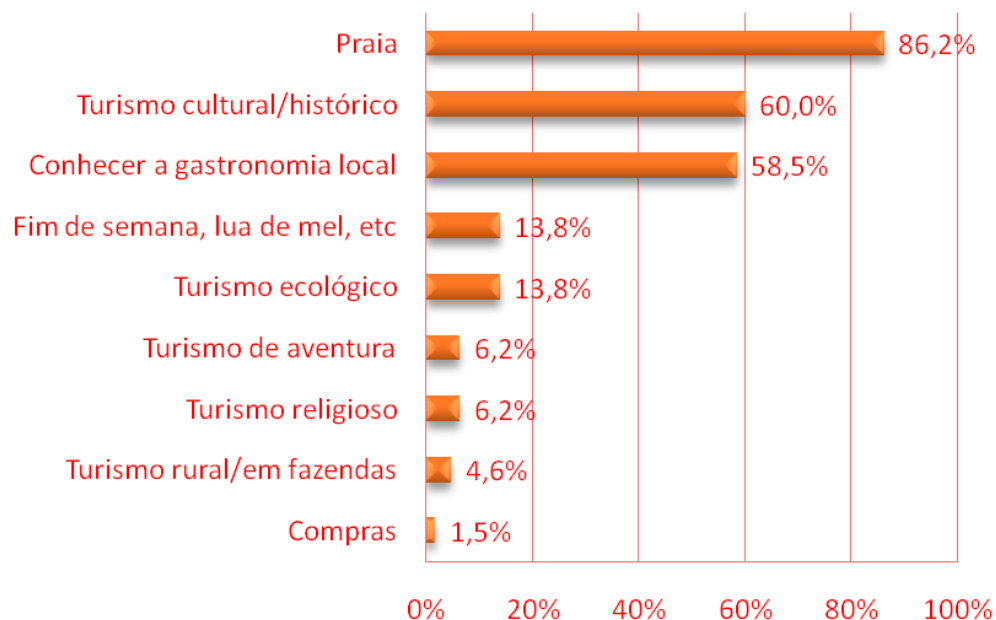
Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES
Ministério  
do Turismo
**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## O turismo em Recife: principais atrativos – Turistas

- Já entre os **Turistas** entrevistados a praia é o principal tipo de lazer procurado, com 86,2% das citações. O turismo cultural/histórico aparece em segundo lugar, seguido do interesse em conhecer a gastronomia local (58,5%). Esses três itens aparecem com maior destaque, sendo que os outros atrativos citados aparecem com menos de 14% de representatividade.
- Vale ressaltar que tanto os Turistas quanto os Consumidores Locais consideram os mesmos 3 primeiros atrativos da cidade, porém em ordens diferentes.

### Tipos de lazer procurados em Recife Resultados para Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA


Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES
Ministério  
do Turismo
**BRASIL**  
EM PAÍIS DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

## O turismo em Recife: 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**, quatro melhores qualidades aparecem com destaque tendo mais de 20% das citações: praias (89,4%), patrimônio histórico / cultural (43,9%), gastronomia/comidas típicas e centro cultural aparecem empatados, ambos com 21,2% das citações.

### Melhores qualidades de Recife para o turismo Resultados para Consumidores Locais (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Praias	59	89,4%
Patrimônio histórico / cultural	29	43,9%
Gastronomia/comidas típicas	14	21,2%
Centro cultural	14	21,2%
Carnaval	11	16,7%
Hospitalidade / Receptividade	9	13,6%
Clima	7	10,6%
Bares	5	7,6%
Marco Zero	5	7,6%
Recife antigo	4	6,1%
Riquezas naturais	3	4,5%
Diversidade e conforto de pousadas / hotéis	3	4,5%
Diversidade de bares e restaurantes	3	4,5%
Festa de São João / Festa Junina	3	4,5%
Outras	21	31,8%

Coordenação:



Pesquisa:




Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



## O turismo em Recife: características positivas e negativas –Turistas

- Os **Turistas** também consideram as praias em primeiro lugar em relação às qualidades da cidade (66,2%) seguida da gastronomia/comidas típicas (27,7%) que empata com a hospitalidade / receptividade.
- Podemos perceber o patrimônio histórico / cultural e o centro cultural não aparecem com tanto destaque entre os turistas, já que essas qualidades têm, cada uma, apenas 12,3% de representatividade, e aparecem em 9º lugar entre as citações.

### Melhores qualidades de Recife para o turismo Resultados para Turistas (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Praias	43	66,2%
Gastronomia/comidas típicas	18	27,7%
Hospitalidade / Receptividade	18	27,7%
Clima	14	21,5%
Cultura local	14	21,5%
Belezas naturais	11	16,9%
Artesanato local	10	15,4%
Recife antigo	9	13,8%
Patrimônio histórico / cultural	8	12,3%
Centro cultural	8	12,3%
Teatros	4	6,2%
Outras	16	24,6%
NS	1	1,5%

Coordenação:



**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:



**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:



**SEBRAE**

Realização:



**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES

Ministério do Turismo



**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

## O turismo em Recife: características positivas e negativas – Empresários do SAFL

• Os **Empresários do SAFL Local** reforçam a opinião dos Turistas, colocando a praia como melhor qualidade (63,3%), seguida da gastronomia (50%).

▪ Uma observação interessante que podemos fazer é o fato da gastronomia aparecer em todos os grupos e sempre em posição de destaque, ficando entre as três melhores características para todos eles.

▪ Outra questão que devemos nos atentar é para o fato de algumas qualidades que foram apontadas pelos Consumidores Locais não foram citadas com representatividade pelos outros dois grupos, como Carnaval, Marco Zero e Festa de São João / Festa Junina.

### Melhores qualidades de Recife para o turismo Resultados para Empresários (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Praias	19	63,3%
Gastronomia	15	50,0%
Cultura local / Regional	14	46,7%
Receptividade do povo / hospitalidade	6	20,0%
Belezas naturais	3	10,0%
Negócios	3	10,0%
Recife antigo	3	10,0%
Clima	2	6,7%
Centro histórico	2	6,7%
Infra-estrutura	2	6,7%
Preço	2	6,7%
Outras	14	46,7%
NS	1	3,3%

Coordenação:



Pesquisa:




Apoio:



Realização:


Ministério  
do Turismo


## O turismo em Recife: características positivas e negativas – Consumidores Locais

- Quando solicitados a identificar os piores atributos de Recife, para os **Consumidores Locais** o que pesa em primeiro lugar é a criminalidade / violência / drogas (60,6%). A sujeira da cidade e a falta de segurança também foram citados entre as três piores características.
- Devemos observar que o que está pesando na cidade na opinião dos Consumidores Locais e que é consequência do turismo é a piora das condições sociais na cidade.

### Piores características de Recife para o turismo Resultados para Consumidores Locais (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Criminalidade / violência / drogas	40	60,6%
Sujeira da cidade	30	45,5%
Falta de segurança	22	33,3%
Transporte público caro / deficitário	16	24,2%
Falta de infra-estrutura (barro, buracos)	8	12,1%
Trânsito local	6	9,1%
Falta de higiene nos estabelecimentos	5	7,6%
Falta investimento na área	3	4,5%
Tubarão nas praias	3	4,5%
Má administração pública	2	3,0%
Falta de hospitalidade / receptividade	2	3,0%
Falta de informações turísticas	2	3,0%
Outras	10	15,2%
NS	5	7,6%

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



## O turismo em Recife: características positivas e negativas – Turistas

- Infelizmente os **Turistas** compartilham da opinião dos Consumidores Locais em relação às duas piores qualidades da cidade: criminalidade / violência / drogas (52,3%) e sujeira da cidade (20%).
- Uma observação que se pode fazer é que as 5 últimas características mencionadas pelo Consumidor Local não apresentam citação entre os Turistas, demonstrando que trata-se de uma percepção local.

### Piores características de Recife para o turismo Resultados para Turistas (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Criminalidade / violência / drogas	34	52,3%
Sujeira da cidade	13	20,0%
Falta de infra-estrutura (barro, buracos)	8	12,3%
Trânsito local	3	4,6%
Transporte público caro / deficitário	3	4,6%
Preços altos das pousadas / hotéis	2	3,1%
Falta de higiene nos estabelecimentos	2	3,1%
Preços altos	2	3,1%
Outras	9	13,8%
NS	21	32,3%

Coordenação:


**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:


**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA


Apoio:


**SEBRAE**

Realização:


**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

## O turismo em Recife: características positivas e negativas – Empresários do SAFL

### Piores características de Recife para o turismo Resultados para Empresários (Respostas múltiplas)

	Casos	%
Falta de segurança local	15	50,0%
Violência	9	30,0%
Falta limpeza pública	9	30,0%
Falta transporte público	4	13,3%
Falta sinalização	4	13,3%
Falta centro de informações turísticas	3	10,0%
Falta investimento no turismo	3	10,0%
Estrutura viária, ruas c/ buracos	2	6,7%
Falta de infra-estrutura, banheiros nas praias	2	6,7%
NS	2	6,7%
Outras	18	60,0%

Os Empresários do SAFL Local destacam a falta de segurança como pior característica (50%), seguido da violência e da falta de limpeza pública (30% cada).

A questão social também preocupa os empresários, aparecendo como piores características da cidade, reforçando a percepção dos dois grupos anteriores.

Coordenação:



Pesquisa:




Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



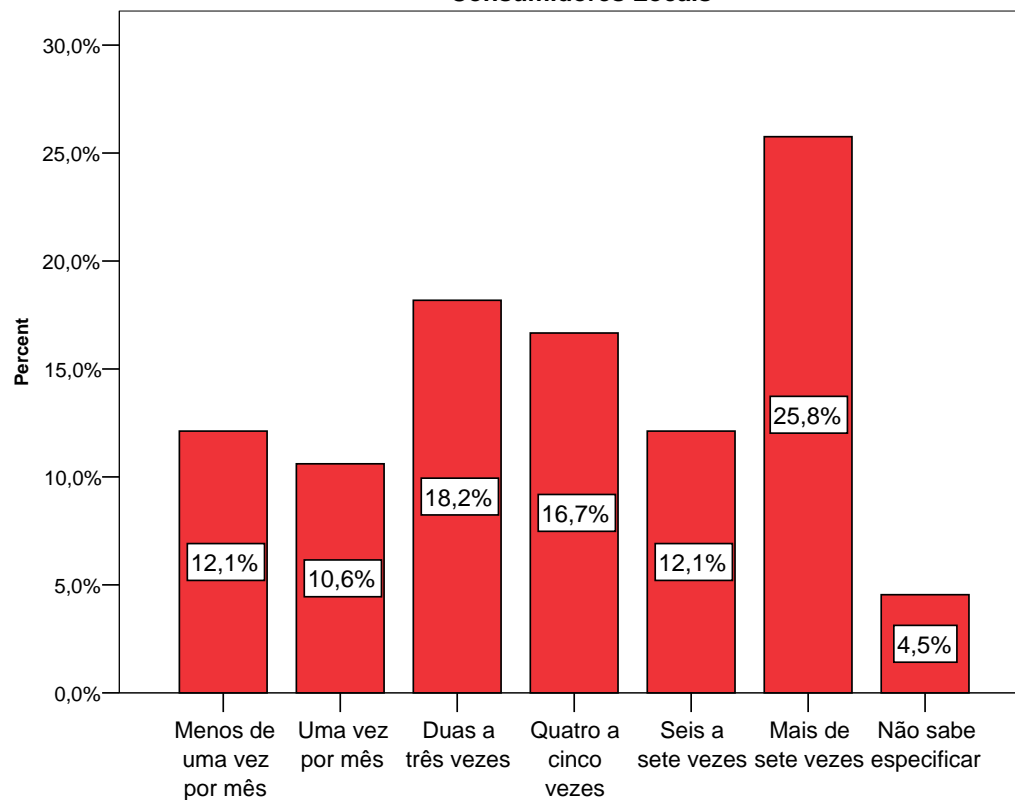
## CAPÍTULO 4 – FATORES DE COMPETITIVIDADE DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR DE RECIFE

- **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 possuem um hábito muito homogêneo, sendo que todas as opções tiveram mais de 10% de citações. No entanto, podemos dizer que 37,9% dos entrevistados vão a estes estabelecimentos no mínimo seis vezes ao mês, ou seja, mais de uma vez por semana.

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



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

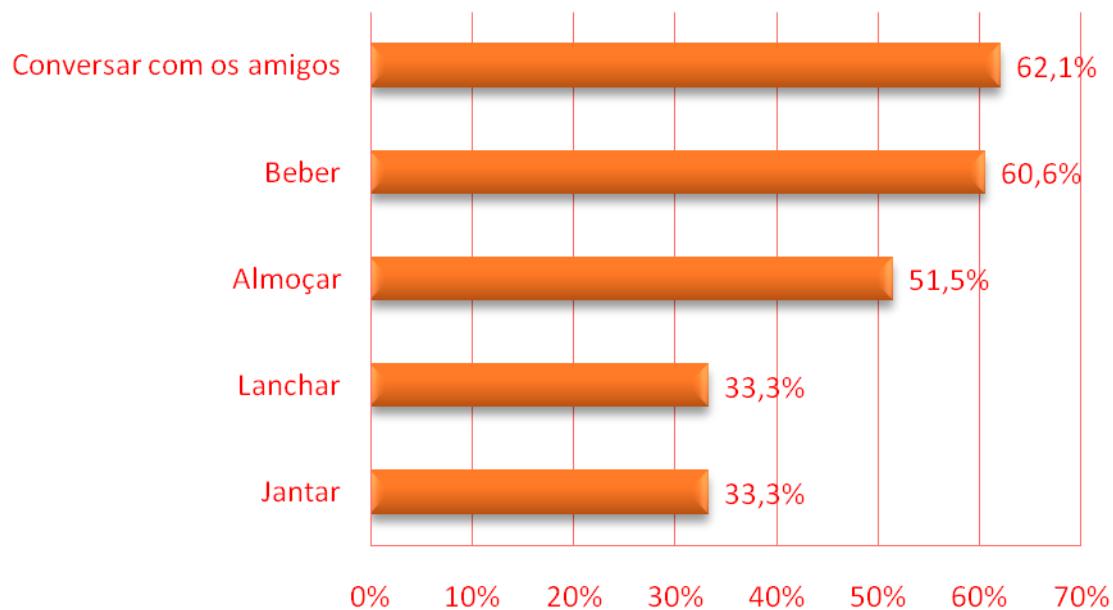
Ministério  
do Turismo

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

## Freqüência a estabelecimentos do SAFL – Consumidores Locais

- A conversa com os amigos (62,1%) e beber (60,6%) são os principais motivos para os **Consumidores Locais** freqüentarem esses estabelecimentos. Em terceiro lugar vem o almoço, com 51,5% das citações.
- Podemos perceber que estes estabelecimentos são procurados principalmente como ponto de encontro para interações sociais.

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



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



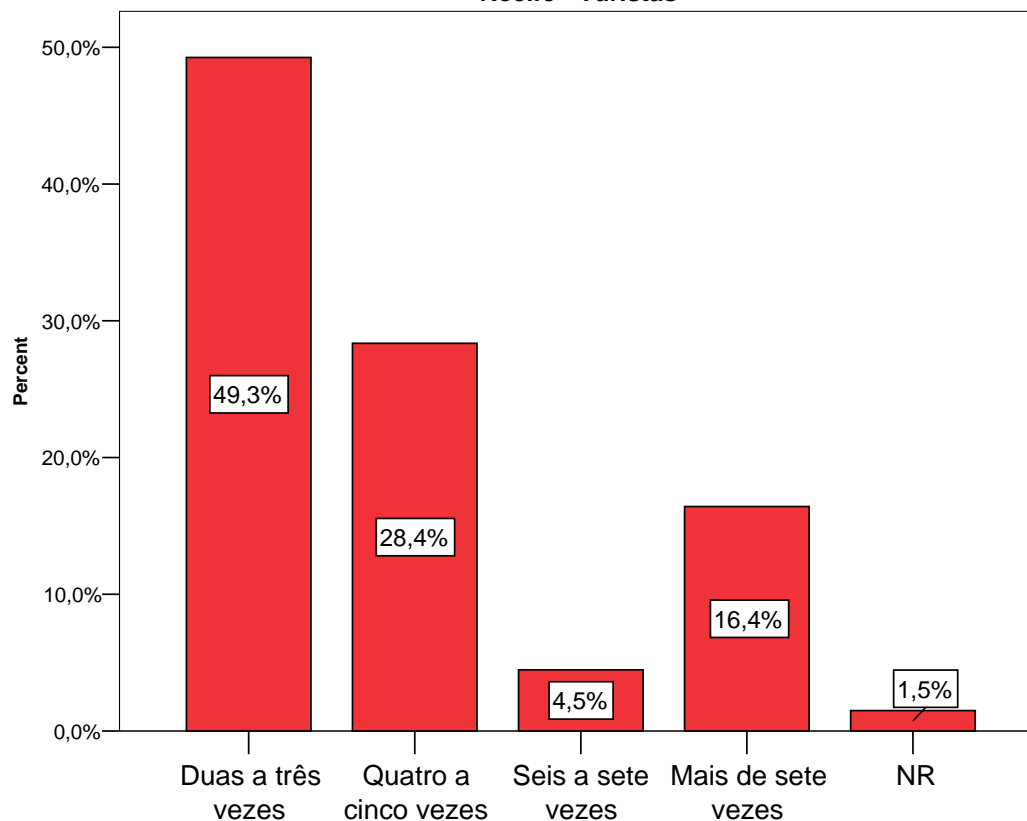
Realização:



## Freqüência a estabelecimentos do SAFL – Turistas

- Entre os **Turistas** entrevistados, quase metade da amostra esteve nos estabelecimentos somente de duas a três vezes.
- Podemos dizer que trata-se de uma freqüência razoável para uma amostra que está, em sua maior parte (66,2%), há no máximo três dias na cidade.

Quantas vezes o entrevistado foi a algum estabelecimento do SAFL em Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

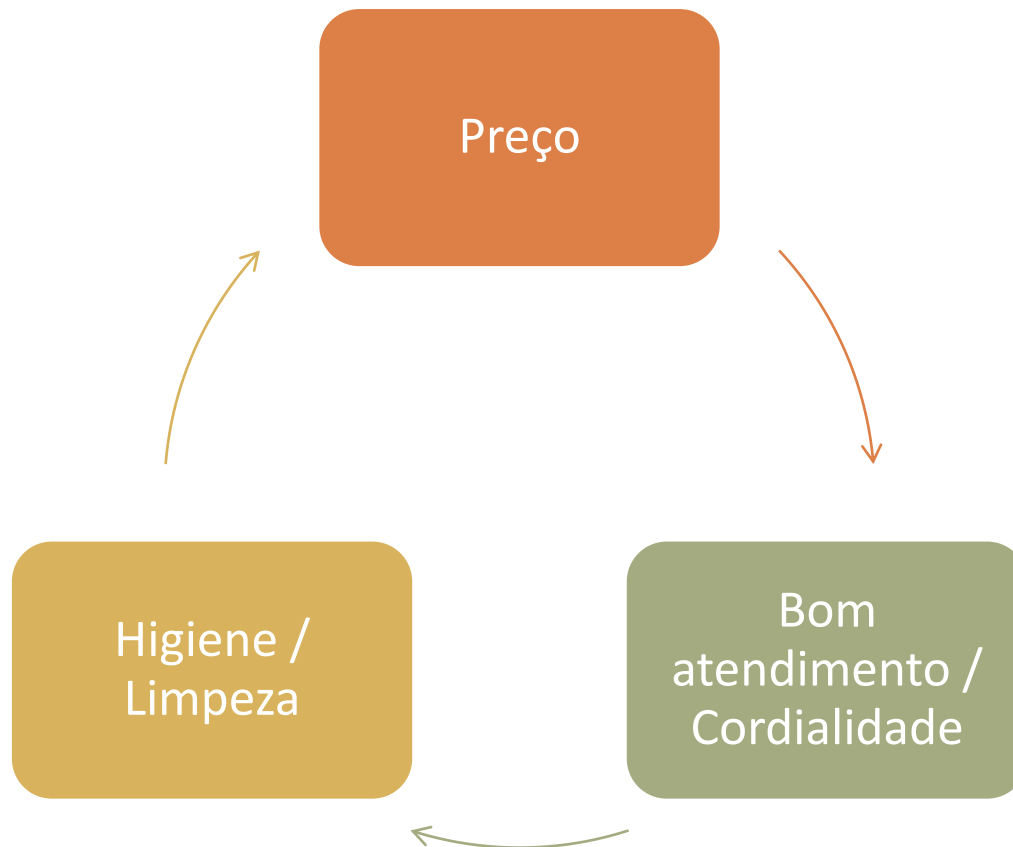
Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

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

# 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

- Sobre os critérios utilizados pelos clientes para a escolha de um estabelecimento, foram apontados pelo Grupo de Governança vários itens como localização, qualidade, preço, higiene e tradição.

*“Localização, especialidade em determinadas comidas e qualidade, no atendimento e na comida, no sabor da comida”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Acho que ele busca um referencial, aquela casa mais tradicional, aquela casa mais famosa, ele busca com certeza, segurança, ele busca higiene, segurança com relação a tudo, ao alimento que ele vai comer, com relação ao local que ele vai, ele busca bom atendimento, ele busca qualidade do produto, ele busca preço, busca muito o preço”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



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

*“Os clientes buscam um serviço de qualidade, eles buscam um local higiênico né? Que tenha preocupação com a segurança alimentar e eles buscam um lugar onde eles possam se sentir à vontade, se sentir bem, tem que ter essencialmente um serviço bom, um serviço rápido, que não deixe eles esperando né?”*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Em primeiro lugar a qualidade, o atendimento, qualidade da alimentação, o serviço, a segurança do local, o preço também. Só lugares para beber, são os mais adolescentes, e os restaurantes são freqüentados por famílias, grupos de amigos”.*

**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, 3 atributos aparecem com mais destaque, tendo mais de 45% das citações: preço (69,7%), bom atendimento/cordialidade (59,1%) e higiene / limpeza (45,5%). Devemos observar que nenhuma das características diz respeito ao alimento em si, sendo que esse tipo de atributo aparece somente à partir do quarto lugar.

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

	Casos	%
Preço	46	69,7%
Bom atendimento / Cordialidade	39	59,1%
Higiene / Limpeza	30	45,5%
Sabor da comida	15	22,7%
Qualidade dos alimentos / comida	13	19,7%
Variedade dos cardápios	9	13,6%
Localização	7	10,6%
Segurança local	7	10,6%
Rapidez / Agilidade no atendimento	5	7,6%
Ambiente agradável	5	7,6%
Conforto	3	4,5%
Outras	11	16,7%
NS	1	1,5%

Coordenação:



Pesquisa:




Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



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

- Os **Turistas** entrevistados também mencionaram os mesmos atributos apontados pelos Consumidores Locais, somente com uma inversão de ordens, sendo que para eles o bom atendimento / cordialidade aparece em primeiro lugar (58,5%), seguido de higiene / limpeza e preço que aparecem com o mesmo número de citações.
- Também para este grupo os atributos relacionados ao alimento em si aparecem somente à partir do quarto lugar.

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

	Casos	%
Bom atendimento / Cordialidade	38	58,5%
Higiene / Limpeza	33	50,8%
Preço	33	50,8%
Qualidade dos alimentos / comida	17	26,2%
Localização	13	20,0%
Variedade dos cardápios	10	15,4%
Infra-estrutura do local	7	10,8%
Sabor da comida	6	9,2%
Aparência do local	6	9,2%
Oferecer pratos típicos	5	7,7%
Conforto	5	7,7%
Ambiente agradável	4	6,2%
Outras	10	15,4%

Coordenação:



Pesquisa:




Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



## 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 locais<sup>1</sup>

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

### 3- Análise comparativa

- Comparação<sup>1</sup>, através de tabelas, que analisam a importância dos atributos e suas percepções na avaliação da relevância e desempenho dos estabelecimentos locais.

<sup>1</sup> 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**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
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, 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**  
EM PAÍSES DA LÍNGUA PORTUGUESA  
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	9,83	9,15
Apresentação do prato	9,83	9,02
Sabor da comida	9,82	9,53
Cordialidade no atendimento	9,82	8,92
Aceitar cartões de crédito e/ou débito	9,77	9,42
Higiene no preparo dos pratos	9,74	8,97
Variedade do cardápio	9,70	9,30
Segurança do local	9,68	8,45
Estacionamento	9,67	9,02
Agilidade no atendimento	9,65	8,88
Apresentação dos garçons/atendentes	9,64	9,29
Preços praticados	9,62	8,64
Ter opções de acessibilidade para idosos e pessoas com necessidades especiais	9,61	8,58
Ofertar comidas e bebidas típicas do local	9,59	9,00
Localização	9,56	8,83

# Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Consumidores Locais

Atributos de média relevância – Consumidores Locais		
	Relevância média	Desempenho médio
Conforto das instalações	9,50	8,92
Decoração do ambiente	9,48	9,03
Oferecer espaços e serviços para crianças	9,48	8,91
Horários e dias de atendimento	9,45	8,91
Ter placas, fachada e outras sinalizações bem visíveis	9,42	8,88
Sofisticação	9,42	9,21
Tamanho da porção servida	9,42	9,27
Variedade de bebidas	9,39	9,50
Tradição	9,30	9,11
Cardápio traduzido para outra língua	9,29	8,50
Ser listado em publicações como Veja, Guia 4 Rodas, Guia Michelin, etc.	9,28	8,92
Ser listado em guias locais	9,27	8,82

# Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Consumidores Locais

Atributos de baixa relevância – Consumidores Locais		
	Relevância média	Desempenho médio
Perfil dos freqüentadores	9,21	9,02
Qualidade da carta de vinhos	9,18	8,79
Estar na moda	8,92	8,61



# Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Turistas

Atributos de alta relevância – Turistas		
	Relevância média	Desempenho médio
Apresentação dos garçons/atendentes	9,77	9,29
Cordialidade no atendimento	9,71	9,34
Sabor da comida	9,68	9,43
Higiene no preparo dos pratos	9,68	8,94
Apresentação do prato	9,66	9,18
Conforto das instalações	9,66	9,25
Aceitar cartões de crédito e/ou débito	9,63	9,63
Agilidade no atendimento	9,62	9,35
Tamanho da porção servida	9,58	9,48
Variedade do cardápio	9,57	9,42
Segurança do local	9,54	9,26
Ofertar comidas e bebidas típicas do local	9,54	9,26
Decoração do ambiente	9,52	9,23
Ter opções de acessibilidade para idosos e pessoas com necessidades especiais	9,52	8,78
Localização	9,51	9,18
Oferecer espaços e serviços para crianças	9,49	8,97
Limpeza e higiene das instalações físicas	9,42	9,18
Preços praticados	9,40	9,17
Estacionamento	9,40	9,05
Ter placas, fachada e outras sinalizações bem visíveis	9,38	8,89
Ter cardápio traduzido para outra língua	9,38	8,94
Horários e dias de atendimento	9,34	9,29
Perfil dos frequentadores	9,32	8,77

## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Turistas

Atributos de média relevância – Turistas		
	Relevância média	Desempenho médio
Ser sofisticado	9,29	9,18
Variedade de bebidas	9,28	9,28
Qualidade da carta de vinhos	9,12	8,72
Ser um estabelecimento tradicional	9,06	9,09
Ser listado em guias locais	9,02	8,74
Ser listado em publicações como Veja, Guia 4 Rodas, Guia Michelin, etc.	8,98	8,54

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Turistas

Atributos de baixa relevância – Turistas		
	Relevância média	Desempenho médio
Ser um lugar da moda	8,38	8,78

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

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

# Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Empresários do SAFL

Atributos de alta relevância – Empresários		
	Relevância média	Desempenho médio
Sabor da comida	10,00	9,13
Higiene no preparo dos pratos	9,97	8,57
Cordialidade no atendimento	9,93	8,47
Agilidade no atendimento	9,87	8,37
Apresentação dos garçons/atendentes	9,87	8,80
Limpeza e higiene das instalações físicas	9,80	8,33
Apresentação do prato	9,80	8,80
Segurança do local	9,70	8,03
Aceitar cartões de crédito e/ou débito	9,67	9,60
Conforto das instalações	9,60	8,63
Ter opções de acessibilidade para idosos e pessoas com necessidades especiais	9,57	7,90
Variedade do cardápio	9,57	9,17
Localização	9,47	9,10

# Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Empresários do SAFL

Atributos de média relevância – Empresários		
	Relevância média	Desempenho médio
Estacionamento	9,37	8,53
Horários e dias de atendimento	9,33	8,87
Perfil dos freqüentadores	9,23	8,67
Tamanho da porção servida	9,20	8,93
Decoração do ambiente	9,20	8,80
Variedade de bebidas	9,13	8,73
Ter placas, fachada e outras sinalizações bem visíveis	9,10	8,77
Preços praticados	9,03	8,50
Qualidade da carta de vinhos	8,90	8,03

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



# Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Empresários do SAFL

Atributos de alta relevância – Empresários		
	Relevância média	Desempenho médio
Ser listado em guias locais	8,80	8,60
Ser um estabelecimento tradicional	8,77	8,40
Ofertar comidas e bebidas típicas do local	8,63	8,83
Ter cardápio traduzido para outra língua	8,63	7,73
Oferecer espaços e serviços para crianças	8,60	7,90
Ser listado em publicações como Veja, Guia 4 Rodas, Guia Michelin, etc.	8,53	8,50
Ser sofisticado	8,37	8,53
Ser um lugar da moda	8,23	8,24



### Avaliações qualitativas – Entrevistas em Profundidade

- As avaliações da qualidade feitas pelos integrantes do Grupo de Governança de Recife 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

- Parece ser um atributo considerado médio mas com tendências a uma melhora, principalmente em função da constante vigilância.

*“Médio. Determinados são ótimos, excelentes. Eles estão acordando que tem que se ter um preparo para isso, a limpeza. Eles estão acordando, percebendo a importância disso”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“No geral está bom. A gente tem percebido que a maior parte dos estabelecimentos está se adequando às exigências da vigilância sanitária, as pessoas que trabalham têm curso de manipulação de alimentos e segurança alimentar”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“A gente reúne os empresários e trabalha a equipe e essa capacitação com eles, que a gente chama manipulação de alimentos, pelo fator de limpeza ou higiene a gente não tem tido reclamação com relação a isso não”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

### Atendimento

- Não houve um consenso das opiniões em relação ao atendimento, sendo que para alguns é satisfatório e para outros poderia melhorar.
- No entanto, não foi classificado como ruim, sendo a classificação de médio para cima.

*“Ele precisa melhorar, mas não é ruim. Eu não poderia dizer que ele é excelente, ele é bom. Precisa se ter qualificação na forma de atendimento e até mesmo em determinados restaurantes precisa se ter algumas línguas, até por que estão recebendo turistas internacionais”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Você encontra atendimento médio, básico, mas eu acho que sempre a desejar. O atendimento tá sempre, sempre, sempre a desejar. Seja por uma cortesia, seja por um bom dia, uma boa tarde, por uma agilidade, por uma melhor competência de quem vende, pra vender mais alguma coisa”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“O atendimento e a cordialidade são muito bons, claro que eventualmente aparece alguém que sai mal-humorado de casa um dia, mas é muito raro, normalmente o atendimento é muito bom”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

### Cardápio

- Em relação à diversidade e carta de vinhos é considerado satisfatório.
- Sobre a oferta de cardápios traduzidos existe, mas não está presente em todos os estabelecimentos.

*“Existe uma variedade muito grande, geralmente os grandes restaurantes têm os 4 pratos principais, carne, peixe, o camarão, o frango, enfim a variedade é grande e boa”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Existe, mas existe em restaurantes específicos, você não vai encontrar uma carta de vinho na maioria. Vai encontrar em alguns estabelecimentos”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“No geral você encontra aí um percentual pequeno, mas tem oferta de cardápios, inglês principalmente e alguns cardápios em espanhol”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Existem restaurantes que tem cardápios traduzidos e não é em qualquer lugar que você vai encontrar, em qualquer lugar você não vai encontrar nunca não, mas a maioria não é traduzida não”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

### Preços praticados

- Considerado um item que atende, na sua maioria, o cliente, principalmente na relação custo x porção.

*“Eu gosto de falar muito em números, tem uma pesquisa que diz que 85% das pessoas dizem que os preços daqui são baixos. É um dado relevante, os turistas acham, eu acho que Recife tem um preço médio”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Como nós temos uma variedade boa de bares e restaurantes, tem restaurantes e bares para todos os gostos, nem tem essa de você dizer: “Aí eu não comi bem, por que eu não pude ir a restaurante tal” não. Você vai ter aí na sua faixa de bolso o melhor”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Os preços são condizentes com a quantidade servida, alguns restaurantes têm essa atenção de saber que no nordeste os pratos são bem mais servidos, outros restaurantes não, outros continuam com os pratos servidos à francesa que é um pouquinho de cada coisa, mas a maioria dos restaurantes aqui tem essa atenção de pensar em preço e quantidade de alimento pro cliente ficar satisfeito”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

### Ambiente dos estabelecimentos

- Também foi apresentado como um item satisfatório na opinião do Grupo.

*“Eu acho que, no geral, de todo restaurante que me vem à cabeça que eu conheço, todos eles tentam oferecer pelo menos o mínimo de conforto dentro de suas categorias”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Existe uma preocupação em oferecer o conforto ,pois o cliente quando vai a um restaurante ele quer se sentir muito bem, então eles procuram um restaurante onde sabem que vão ter uma boa cadeira pra sentar, se o ambiente tá refrigerado, os restaurantes hoje tem essa preocupação em que o cliente se sintam bem, ele se preocupa em servir e atende bem, até pela competitividade que existe entre os restaurantes e saudável mas é grande”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Nem é excelente nem é ruim. Eu considero que é bom, tá na média. A maioria dos restaurantes e alguns bares tem essa preocupação”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

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

- Em relação aos portadores de necessidades especiais e terceira idade e às crianças, a estrutura dos estabelecimentos não foi considerada suficientemente satisfatória.

*“Isso eles tem muito que melhorar. Principalmente o acesso a deficiente físico. Para cego, cardápio em braile poucos tem. Acho que precisa melhorar muito isso, acho que eles não acordaram pra isso ainda, pra criança existe, eu percebo que muitos restaurantes estão acordando para isso, eles percebem que é importante você colocar atrativo para criança, por que termina chamando os pais, vários lugares, você percebe que tem bares que tem esses atrativos”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Não tem não, por que teria que ter o banheiro especial, você teria que ter a rampa, mas não há não, eu acho que talvez o mercado esteja devagarzinho se enquadrando, mas eu não vejo isso de uma forma muito representativa não. Quanto ao espaço para crianças, alguns poucos estabelecimentos. Poucos estabelecimentos pegam parte dos seus espaços e colocam pra crianças, principalmente aqueles que tem um pouco mais de área”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## Avaliação da qualidade dos estabelecimentos locais – Grupo de Governança

### Forma de pagamento

- Foi apresentado como um item satisfatório, enfatizando a diminuição de aceitação de cheques.

*“A facilidade existe, eu acho que a maior parte aceita cartão de crédito. Cada dia menos gente aceita cheque”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Aqui em Recife, eu nunca vi nenhum lugar que não aceitasse cartão de crédito, deve haver alguém que não aceite, pois não fui a todos os lugares de Recife. Mas os que eu fui particularmente todos aceitaram”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Todas as facilidades que você imaginar. Cheque, cartão de crédito, cartão de débito, tem restaurante que freqüento se naquele dia eu levar um cartão que não receba, vai embora e volta no outro dia pra pagar”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



# Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – 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

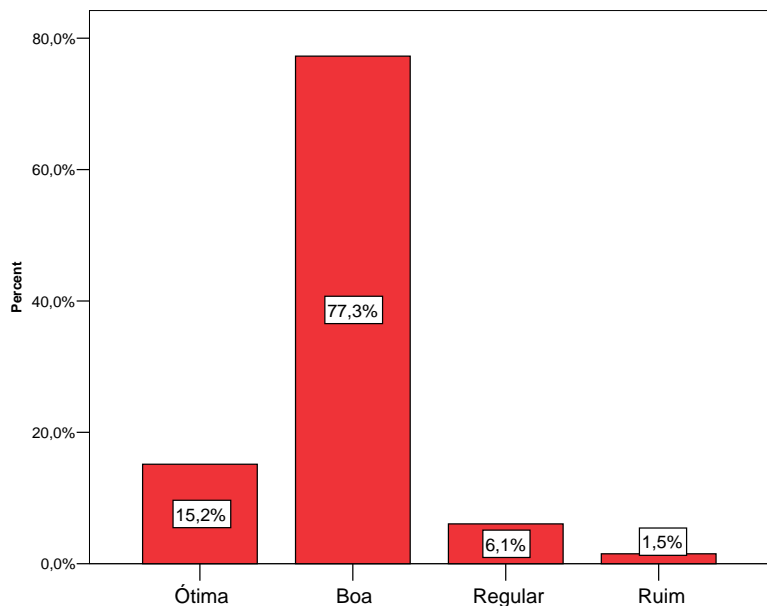
Ministério  
do Turismo

**BRA**  
EM PAÍS DE DESTINO  
GOVERNO FEDERAL

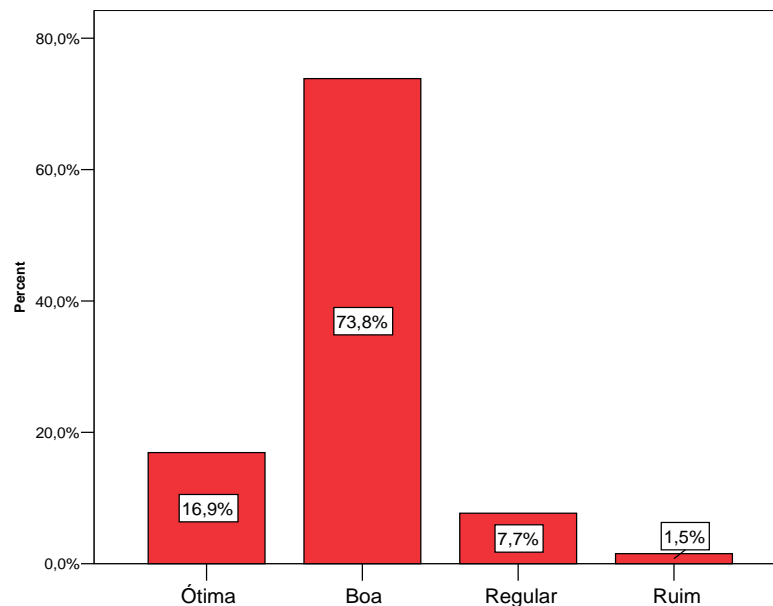
## Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – Consumidores Locais e Turistas

- A percepção dos estabelecimentos por parte dos **Consumidores Locais** é, em sua maioria, boa (77,3%). Entre os **Turistas** essa percepção também é apontada com 73,8% das citações. Em ambos os grupos, a percepção de ótima ficou proporcionalmente acima da qualificação como regular. A percepção ruim aparece empatada para ambos os grupos.

Avaliação geral dos estabelecimentos do SAFL - Consumidores Locais



Avaliação geral dos estabelecimentos do SAFL - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
EM PAÍSES DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

## Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – Consumidores Locais e Turistas

- As razões associadas às avaliações da qualidade geral dos estabelecimentos do SAFL de Recife como ótima e boa indicam uma afinidade entre as opiniões dos **Consumidores Locais** e **Turistas**.
- A classificação Ótima foi dada em função de três características comuns às cinco principais citadas pelos grupos, sendo elas: atendimento, qualidade da comida e preços baixos, respectivamente. Para os **Consumidores Locais**, no entanto, antes dessas qualidades está o cardápio variado, que aparece em primeiro lugar nas citações. Já entre os **Turistas**, o sabor da comida vem antes da qualidade e dos preços baixos, sendo que esses dois têm peso semelhante à qualidade dos serviços.
- Para a classificação Boa, as três principais razões foram unânimes para os dois grupos, alterando somente a ordem, sendo cardápio variado – que aparece em primeiro nos dois grupos –, atendimento – que para os **Turistas** ocupa o terceiro lugar e para os **Consumidores Locais**, o segundo – e o sabor da comida – que aparece em segundo lugar para os Turistas e em terceiro para os Consumidores Locais.



## Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – Consumidores Locais e Turistas

- A classificação regular teve um item de bastante destaque entre os **Consumidores Locais** e com peso semelhante a outros para os **Turistas**. Trata-se do atendimento, que enquanto para os Consumidores Locais ocupou o primeiro lugar, com 75% das citações, dividindo essa classificação apenas com a falta de profissionalismo.
- Já para os **Turistas**, o atendimento é uma justificativa apresentada para essa classificação mas tem o mesmo peso que o sabor da comida, a higiene e o fato de que deveria existir mais comida natural.
- Um fato importante que devemos observar é que 40% da amostra entre os **Turistas** não soube justificar a classificação como Regular, o que nos faz concluir que a qualidade para esta porcentagem não é satisfatória mas não se sabe apontar o motivo, tratando-se de uma percepção.



## Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – Consumidores Locais e Turistas

### Razões de quem avaliou como ótima a qualidade dos estabelecimentos

#### Consumidores Locais

Cardápio variado	30,0%
Atendimento	20,0%
Qualidade da comida	20,0%
Preços baixos	20,0%
NS	10,0%

Base: 10 entrevistas  
Respostas múltiplas

#### Turistas

Atendimento	72,7%
Sabor da comida	18,2%
Qualidade da comida	9,1%
Preços baixos	9,1%
Qualidade dos serviços	9,1%

Base: 11 entrevistas  
Respostas múltiplas

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 TODOS  
GOVERNO FEDERAL

## Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – Consumidores Locais e Turistas

### Razões de quem avaliou como boa a qualidade dos estabelecimentos

Consumidores Locais	
Cardápio variado	52,9%
Atendimento	11,8%
Sabor da comida	9,8%
Qualidade da comida	5,9%
Higiene	2,0%
Preços baixos	2,0%
Por oferecerem comidas regionais	2,0%
Conforto dos estabelecimentos	2,0%
Pela apresentação dos pratos	2,0%
Pela localização dos estabelecimentos	2,0%
Pela variedade de estabelecimentos	2,0%
NS	7,8%

Base: 51 entrevistas  
Respostas múltiplas

Turistas	
Cardápio variado	29,2%
Sabor da comida	25,0%
Atendimento	22,9%
Higiene	12,5%
Qualidade da comida	10,4%
Ambiente agradável	4,2%
Preços baixos	4,2%
Conforto dos estabelecimentos	4,2%
Agilidade / rapidez no atendimento	2,1%
Fartura das porções servidas	2,1%
Ambientes são bem freqüentados	2,1%

Base: 48 entrevistas  
Respostas múltiplas

## Avaliação geral da qualidade dos estabelecimentos de Recife – Consumidores Locais e Turistas

### Razões de quem avaliou como regular a qualidade dos estabelecimentos

#### Consumidores Locais

Atendimento	75,0%
Falta profissionalismo	25,0%

Base: 4 entrevistas

Respostas múltiplas

#### Turistas

Atendimento	20,0%
Sabor da comida	20,0%
Higiene	20,0%
Deveria ter mais comida natural	20,0%
NS	40,0%

Base: 5 entrevistas

Respostas múltiplas

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRS**  
EM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL

## Divulgação – Publicações especializadas

- A cidade parece apresentar um nível de divulgação bastante interessante, do ponto de vista do Grupo de Governança. Essa divulgação se faz através dos guias tradicionais e publicações especializadas, mas a cidade também já desenvolveu uma forma de divulgação própria que é através do guia da ABRASEL e também de anúncios locais.

*“Existe uma divulgação boa desses restaurantes, no caso são os restaurantes maiores fazem parte da divulgação nos guias os pequenos só nos casos de restaurantes muito conhecidos, como é o caso do restaurante, que é muito conhecido, já saiu no guia recebe muitas indicações, ele é pequeno, mas é bem diferente do tradicional, mas existem sim, e também muitas pessoas do ramo jornalístico que vem fazer trabalho e sai pesquisando e acaba fazendo divulgação”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## Divulgação – Publicações especializadas

*“A ABRASEL tem um guia, inclusive a edição 2008/2009 saiu do forno agora, esse guia é distribuído em todos os hotéis, restaurantes em alguns pontos de informações turísticas, e a gente ainda tem os próprios eventos que distribuem de certa forma guias. Quando a gente faz eventos a gente distribui os guias com o nome dos restaurantes, aí vai anúncio em revista tem uma mídia, a gente tem a sorte de como temos vários eventos durante o ano, então eu diria que os nossos associados, principalmente uma grande quantidade de restaurante tá sempre na mídia, ou seja, nas colunas do jornal, onde põe uma matéria especial que tá participando de festival, pelo Guia Gastronômico, ou pelo guia que é entregue, então eu acho que dessa forma, agora anúncio específico um ou outro estabelecimento faz e campanha de jornal de rádio ou de TV, raríssimo de televisão”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Eles procuram anunciar, existe até uma revista que é rotativa que anunciam vários restaurantes. Essa revista é uma parceria com a Federação Brasileira do Consumidor e é distribuída em vários hotéis e vários restaurantes daqui. Essa revista é feita em parceria com a gente, eles vão distribuir e a gente dá o roteiro do que eles iam falar então eles falam de Pernambuco dentro das revistas para serem distribuídas em hotéis e vários restaurantes anunciaram”.*

### 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 Recife. 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 Recife (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 comida étnica, comida natural, caça/carnes exóticas e pães/quitutes/biscoitos. O restante dos itens é bem atendido, apresentando oferta maior que demanda ou mesmo demanda não percebida, apesar da oferta.

### Turistas

- Entre os turistas somente dois itens não possuem a oferta suficiente para atender a demanda, que são doces e sobremesas locais, e comida natural. O restante dos itens possui oferta maior que a demanda ou demanda não percebida.

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA

Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

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

## A Gastronomia como potencial turístico

- Quando questionados sobre o tipo de comida mais facilmente encontrado na cidade de Recife o Grupo de Governança apontou, principalmente a macaxeira. Outra gama de pratos também foi apontada.

*“Você encontra de tudo, você encontra bode, você encontra frutos do mar, você encontra cozinha internacional, eu não sei se dá pra dizerem que tem uma cozinha predominante não. Você encontra tudo, depende do lugar aonde você vai, depende do que você quer comer, mas no geral você encontra de tudo”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“O camarão é um dos mais fortes pratos de se encontrar, primeiro camarão, depois carne do sol com macaxeira que em todo restaurante você encontra fora a pizza que é tradicional”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A Gastronomia como potencial turístico

*“Você encontra com muita facilidade as comidas da terra. Rabada, macaxeira com carne do sol, que eu acho que é essa comida universal, tem no nordeste inteiro. Universal enquanto nordeste. Mas, é mão de vaca, você encontra também com muita facilidade feijoada, dobradinha, todas as comidas light, nada que pese”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Se você pergunta pra mim, sei lá vou comer o que? Carne? Qual tipo de carne você come, carne de cabrito, carne de cordeiro, carne de bode, frutos do mar. Você come de toda qualidade, você encontra de todo jeito, encontra caranguejo, sururu, mexilhão, camarão de toda espécie, peixe de água doce. Massa, você encontra massa de todo jeito, ave você encontra faisão, encontra frango. Carne de caça você também encontra javali, cordeiro, codorna, enfim, o que você falou o que você quiser comer a gente encontra um lugar pra comer”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A Gastronomia como potencial turístico

- Sobre o que não é facilmente encontrado na cidade foi apontada somente a comida mediterrânea e a batata suíça, sendo que para alguns dos representantes do Grupo de Governança a cidade atendia a toda demanda percebida.

*“Eu acho que talvez não tenha aqui com muita facilidade são aqueles pratos mediterrâneos, aquela comida mediterrânea”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Tem um produto que não tem aqui, a batata suíça, aqui em Recife não tem”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Por mim, tudo que eu procurei eu encontrei, por isso eu não saberia dizer”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A Gastronomia como potencial turístico

- Existem dois doces que foram considerados típicos de Pernambuco, sendo tombados como patrimônio imaterial do estado.

*“Na parte de doce, você tem o tradicional bolo de rolo que agora é patrimônio imaterial de Pernambuco, junto com o bolo Souza. Os dois foram tombados como patrimônio imaterial, são dois ícones da doceria Pernambucana, são excepcionais, mas também tem uma infinidade de outros doces que competem de igual pra igual com os melhores estados do Brasil em doces”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A Gastronomia como potencial turístico

- Quando questionados sobre a importância da culinária como atrativo turístico, para o Grupo de Governança, ela é bastante atrativa principalmente porque reflete a cultura da cidade.

*“No geral eu diria que a gente tem um bom padrão de qualidade, um bom nível de qualidade. Isso conseqüentemente atrai o turista, eu diria que o turista em Pernambuco, ele tem uma opção, como eu falei no começo, tem uma opção muito grande, bastante grande em relação a quantidade de oferta, de tipo de comida que ele encontra aqui na nossa cidade”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“A gastronomia tem um papel extremamente importante na medida em que ela reflete a cultura do seu povo, nós oferecemos nos nossos bares e restaurantes aquilo que faz parte do nosso dia a dia, aquilo que faz parte da nossa cultura”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Tanto é que os números estão enxergando um ramo atrativo em 3º lugar. Eles colocam sol e mar, depois vê shopping, e em terceiro lugar é a gastronomia. A cultura vem em quarto lugar”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A Gastronomia como potencial turístico

- Essa culinária, no entanto, não é vista como principal atrativo do turista para a cidade, sendo apresentada como um complemento do destino turístico.

*“Não diria que seria um atrativo... não diria que seja decisivo quando uma pessoa vai escolher seu destino, seria um atrativo secundário, bom eu já estabeleci que vou pra Recife, aí a partir disso você estabelece em que hotel vai ficar, em que restaurante você vai, ninguém, eu acredito que dificilmente uma pessoa planeja uma viagem por causa de um hotel, apenas ela sempre vai para um destino e a partir disso ela escolhe alimentação, a hospedagem”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A Gastronomia como potencial turístico

- Também foi apontado pelo Grupo de Governança que Recife é conhecida como capital multicultural do Nordeste.

*“A comida servida aqui, a qualidade dela atrai, principalmente porque a gente tem uma contribuição, uma miscelânea, já que Recife tem sido reconhecidamente a capital multicultural do nordeste, essa multifuncionalidade, se reflete na nossa alimentação, por que a gente tem uma contribuição indígena muito forte. A gente tem uma contribuição negra muito forte. Existe uma contribuição européia muito forte na nossa comida, então isso tudo atrai muito”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A Gastronomia como potencial turístico

- Quando questionados se trabalhar com comida em Recife é um bom negócio, alguns representantes do grupo definiram como um bom ramo de atuação quando bem planejado. Outros pareceram não estarem muito certos desse fato.

*“Eu acredito que é. Eu acho que se for bem trabalhado, se for feito um estudo de mercado em cima do que você for colocar. Recife adora novidade, então se traz uma novidade pra cá, em compensação tem um ponto negativo e positivo, por que, cai todo mundo de uma vez só e depois deixa de vir por que cria moda. Recife é uma cidade de moda, então a pessoa tem que ter novidade o tempo inteiro pra você conseguir se tornar um restaurante tradicional”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“É um mercado extremamente competitivo, mercado difícil que sofre uma concorrência desleal da informalidade, é desleal a concorrência da informalidade”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“A gente tem condições de ditar e avaliar pra mostrar e dar espaço pra quem quer entrar no negócio ainda tem muitos pólos, por regiões, por bairro a ser explorado”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A Gastronomia como potencial turístico

*“O mercado de alimentação tá complicado se é bom negócio se é mau negócio eu não sei. Eu acho assim, eu acho que demanda hoje muito cuidado, muita cautela, muito planejamento, muita preparação, muita pesquisa, por que hoje não dá mais pra fazer o que a gente vê todo dia, que é aquela pessoa por que tem um dinheiro, ou porque tem uma aposentadoria, ou porque ganhou um dinheiro extra, fala assim eu não tenho uma tia, eu tenho uma mãe, eu tenho uma avó que sabe fazer uma boa comida, aí eu to vendo que se eu fizer ninguém tá fazendo, e se mete a fazer ou um self-service ou um restaurante e acaba quebrando a cara”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Sim, eu considero que sim. Trabalhar com comida é um bom negócio. Por que nós temos... a Secretaria do Turismo tem feito um trabalho muito importante, muito bom de divulgação de promoção da cidade lá fora, enquanto isso é feito, quando isso se concretizar, ganha todo mundo que tá em casa, todo mundo que tá no destino e também ganham os restaurantes, ganham os bares e restaurantes, e além disso, como a nossa gastronomia é forte, tem representatividade, esse setor, de alimentação, entretenimento tem tudo para ser bom, para dar certo”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A Gastronomia como potencial turístico

- O Grupo de Governança também foi questionado em relação ao que poderia ser feito para atrair mais turistas para a cidade, e foi apontado a valorização do regionalismo e da culinária regional e o contínuo investimento em qualidade e na apresentação da cidade.

*“A gastronomia tem que continuar investindo em qualidade, continuar investindo em apresentação, continuar investindo no que você sabe que faz o negócio dar certo. Saber quais são os eventos que estão chegando aqui, quais são os congressos, quais são os turistas que estão aqui e procurar trabalhar para a comunidade e para esse público que tá sempre chegando aqui em Recife, com qualidade, com apresentação, com acessibilidade”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Eu acho que para atrair mais turistas, eu acho que a gente devia valorizar mais as coisas regionais, adequar melhor os cardápios, valorizando destacando talvez as coisas nossas da terra, as coisas regionais, não desvalorizando”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A Gastronomia como potencial turístico

*“Eu acho que já é bem servido, mas que deve continuar capacitando e preparando esses empreendimentos para receber uma ambientação adequada com a cidade, manter os restaurantes que Recife tem, mostrar as potencialidades, espaços agradáveis para o turismo, continuar inovando e investindo mais na apresentação de Recife”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



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

Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
EM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL

## A oferta da comida local

- Quando questionados sobre pratos tradicionais da culinária de Recife, o Grupo de Governança apontou o bolo de rolo, a carne de sol e o bode. Estes pratos são consumidos tanto por turistas quanto pela população local.

*“Olha eu me lembro bem do prato doce, que na verdade é o bolo de rolo, o bolo Souza Leão, que são daqui, que são de Pernambuco e acho que são de Recife mesmo, não tenho absoluta certeza, acho que Jaboatão se disputa isso com a gente o bolo Souza Leão. Mas eu vou continuar na disputa e vou continuar dizendo que o bolo de rolo e o bolo Souza Leão são pratos eminentemente nossos”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Eu acho que tradicional, regional, tipicamente Pernambucano eu acho que seria carne do sol e o bode, é consumido tanto pelo nativo, como pelo turista, quase todo restaurantes oferecem, mesmo que seja da forma de prato sofisticado você encontra, mesmo que seja um bode ao creme de maracujá, você vai encontrar o “bode”, sofisticado o prato, mas mantém a regionalidade, a exemplo que um dos grandes chefes aqui de Recife começou a servir camarão na moranga (jerimum) ninguém sabia o que era, e hoje é um dos pratos característicos daqui de Recife e um dos pratos mais vendidos, aí depois ele inovou de novo com o prato camarão na moranga com charque, e a combinação ficou boa”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A oferta da comida local

*“São pratos que são consumidos pelas pessoas locais, mas os turistas consomem muito também. Eu não saberia te dizer quem consome mais ou menos, eu poderia sugerir que o local consuma mais por que mora aqui, mas eu sei que o turista consome muito também”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Eu acho que é o troço mais difícil de responder, porque eu diria que na parte de doce é fácil, é o Sousa leão e o bolo de rolo. Agora na parte de salgado se a gente falar um pouquinho, se a gente falar da carne de sol, por exemplo, a carne de sol ela é de Pernambuco, ela é do Rio Grande do Norte, ela é da Paraíba, sem falar no bode, ele também tá na Paraíba, no RN. Se eu falar no camarão, aí vou pra Fortaleza, eu diria que é mais da região do que do próprio estado, agora se você diz assim, vamos fazer um produto pernambucano, vamos fazer um arroz pernambucano que eu nunca vi em lugar nenhum, por que, a Paraíba tem, a gente tem um arroz pernambucano, temos a peixada pernambucana, que ela é diferente da peixada capixaba. Ela é diferente do sul do país e aí tem uma boa peixada tem uma boa carne do sol, a gente tem essa parte do bode, tem alguns produtos como à macaxeira. Eu não dou conta de dizer pra você um prato típico”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A oferta da comida local

- Sobre a facilidade de levar essa comida típica para casa o Grupo de Governança diz não haver empecilhos, tanto em relação ao transporta quanto pela acessibilidade em relação ao custo.

*“As comidas típicas são fáceis de encontrar, quase todos tem entrega, tem serviço para viagem e se for sair do Estado, você leva congelado. É fácil você levar camarão, levar mexilhão, levar carne do sol, levar bolo de rolo, o Souza Leão, qualquer coisa que você quiser levar é fácil”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“É fácil encontrar sim, nos supermercados, nas casas de congelados tem o produto, no shopping tem, já preparadinho pra embarcar. É barato, não é caro não, e ainda se consegue a ficha técnica em alguns restaurantes ou a receita no próprio local que você compra ou nos jornais é muito fácil”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A oferta da comida local

*“Bolo de rolo. Muito fácil, no aeroporto eu compro facilimo, eles fazem agora a embalagem e ainda levam como presente, a população consome muito também. Mas o turista já chega querendo levar o bolo de rolo também”.*

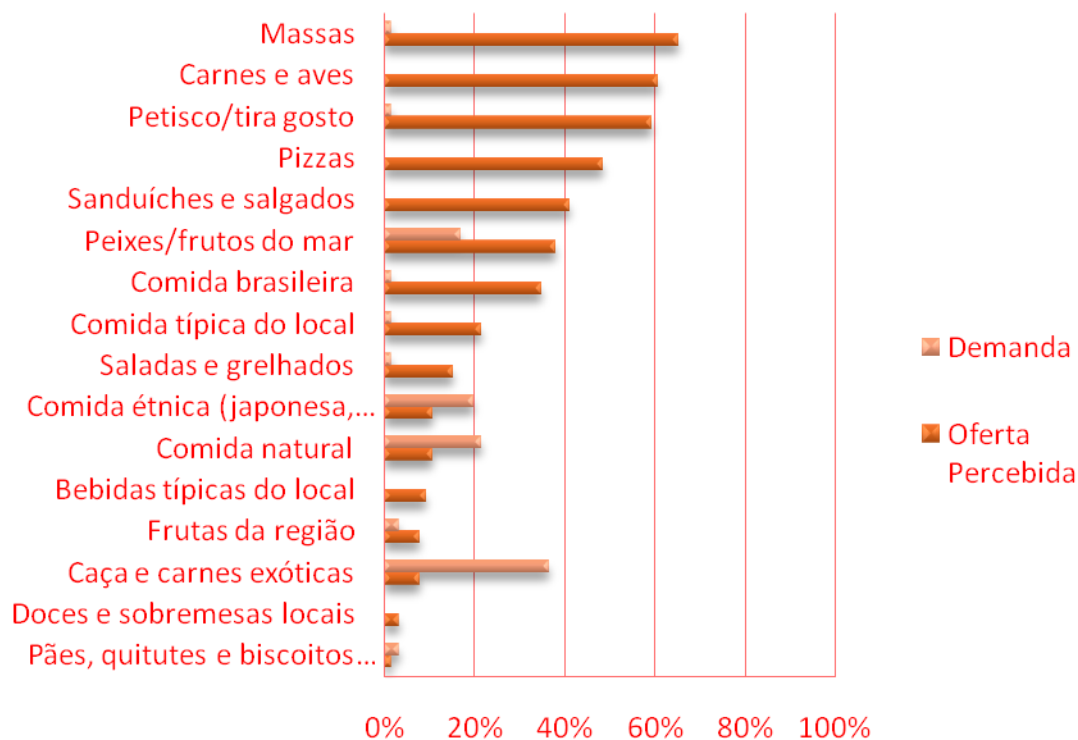
**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“A gente não tem preço caro não, vai demandar um pouco da oferta da qualidade”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

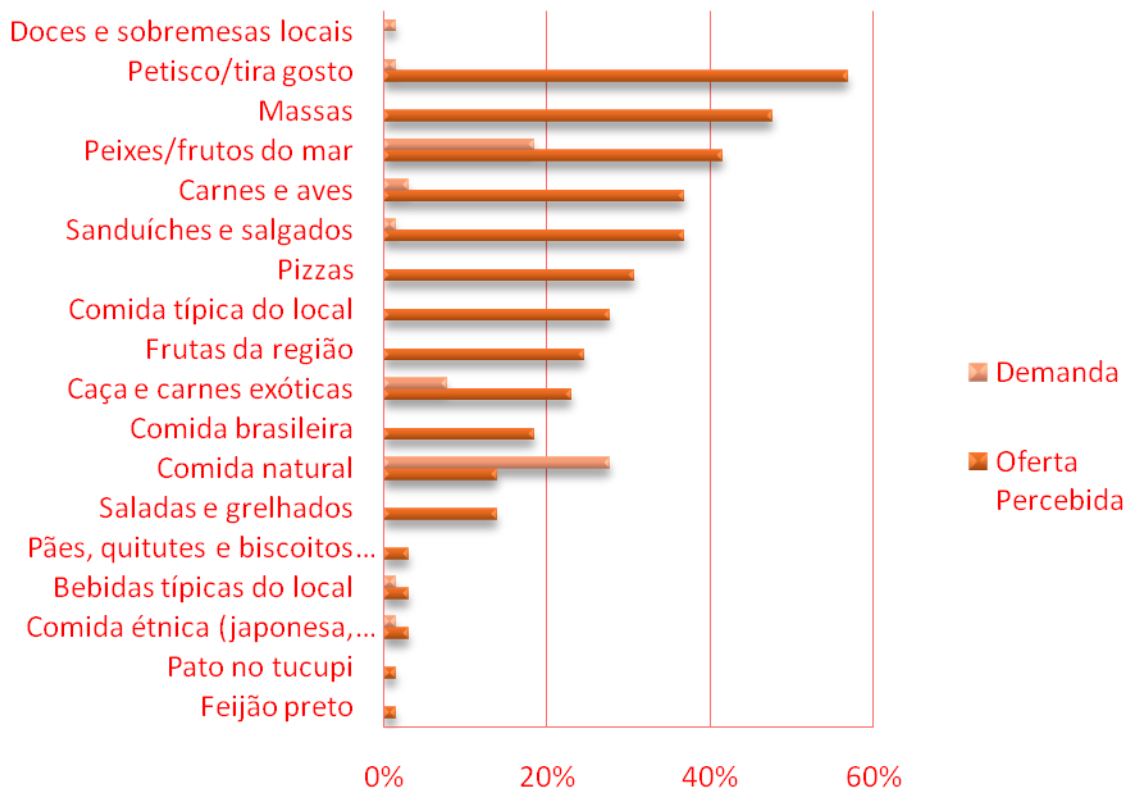


## Oferta e demanda da comida local Resultados para Consumidores Locais



# A oferta da comida local segundo os Turistas

## Oferta e demanda 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 Recife

- Houve consenso nas cinco melhores características da comida de Recife, sendo citadas em ordens diferentes pelos **Consumidores Locais** e pelos **Turistas** sendo que todas essas características apontaram mais de 10% em ambos os grupos.
- Em relação aos pontos negativos, a grande maioria tanto dos **Consumidores Locais** quanto dos **Turistas** não souberam apontar uma característica específica. Das características que foram apontadas, não houve consenso dos grupos, sendo apontados a demora no preparo da comida pelos Consumidores Locais e pelos Turistas, o fato de ser muito gordurosa, muito forte/apimentada/salgada, alto custo da comida local e pouca variedade.

### Melhores características

- Variedade
- Sabor da comida
- Temperos / produtos tradicionais
- Boa apresentação dos pratos
- Preços praticados

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA

Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

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

## As características da comida de Recife

### Melhores características da comida de Recife

#### Consumidores Locais

Variedade	53,0%
Sabor da comida (caseira)	45,5%
Temperos / Produtos tradicionais	25,8%
Boa apresentação dos pratos	15,2%
Preços praticados	10,6%
Higiene	9,1%
Bem temperado	4,5%
Tradição no preparo	4,5%
Aroma da comida	4,5%
Fartura da comida	4,5%
Outras	6,1%
NS	10,6%

Base: Total da amostra  
Respostas múltiplas

#### Turistas

Temperos / Produtos tradicionais	41,5%
Sabor da comida (caseira)	41,5%
Preços praticados	15,4%
Boa apresentação dos pratos	13,8%
Variedade	12,3%
Aroma da comida	9,2%
Qualidade da comida	6,2%
Bem temperado	4,6%
Higiene	4,6%
Fartura da comida	4,6%
Tradição no preparo	3,1%
Outras	3,1%
NS	29,2%

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**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## As características da comida de Recife

### Piores características da comida de Recife

#### Consumidores Locais

Demora no preparo da comida	1,5%
NS	98,5%

Base: Total da amostra  
Respostas múltiplas

#### Turistas

Muito gordurosa	4,6%
Muito forte / Apimentada / Salgada	4,6%
Alto custo da comida local	1,5%
Pouca variedade	1,5%
NS	90,8%

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

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

## A comida de Recife 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 Recife comparada à de outros destinos

- Quando compararam a comida típica de Recife à comida de outros destinos, o grupo enfatizou que a culinária de Recife pode ser encontrada em muitas cidades do Nordeste. No entanto, suas peculiaridades a tornam mais competitiva que outras cidades.

*“Existem locais na vizinhança de Recife que tenham características iguais ou parecidas com as de Recife em termos de gastronomia. Claro, tem Jaboatão, Olinda, Gravatá. Olha eu diria que aqui a gente tem mais quantidade, a qualidade praticamente a mesma”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA

*“Se for comparar os produtos daqui da grande Recife, com os das localidades mencionadas, diria que por ser Recife, Região Metropolitana, capital a gente tá um passo na frente, a gente tá um pouquinho na frente. Não que você não encontre em uma cidade perto um produto, você encontra um bom produto. Mas eu acho que no geral a gente tá um pouquinho na frente, a capital tá um pouquinho na frente, tem muito a trabalhar, mas tá um pouquinho na frente”.*

### GRUPO DE GOVERNANÇA



## A comida de Recife comparada à de outros destinos

*“Acho que esse rótulo que a gente tem de cidade de negócios e que ao mesmo tempo é uma cidade que tem uma excelente gastronomia, uma excelente cultura, sol e mar a uma hora daqui, ou até aqui mesmo na Praia de Boa Viagem, uma hora daqui você tem Porto de Galinhas, uma hora daqui tem Gravatá, onde você pode comer um fondue em clima friozinho, em Porto de Galinhas você pode comer um frutos do mar, um peixe na telha, um peixe grelhado, então eu acho que essa diversidade de que você tem é um grande diferencial com relação a qualquer outro destino”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**

*“Eu diria que Recife tem uma quantidade maior de restaurante com especialização realmente maior, o que é normal por ser capital, mas Gravatá não deixa a desejar, você visita Gravatá sem medo de ir a um bom restaurante, realmente eu diria que em quantidade é bem menor”.*

**GRUPO DE GOVERNANÇA**



## A comida de Recife comparada à de outros destinos

Para a metade dos consumidores Locais não é possível encontrar a culinária semelhante à de Recife em outros destinos. Uma porcentagem considerável dos entrevistados não soube responder a essa pergunta.

Quando citadas cidades que apresentam as mesmas características da comida de Recife foram citadas nove cidades, sendo que as que apareceram com maior frequência foram Olinda e Caruaru.

### Competitividade da comida de Recife Consumidores Locais

A comida de Recife é considerada melhor que a de outros destinos por duas características, sendo que o fato da comida ser mais saborosa possui o dobro do peso do fato da comida ser mais fresca.

O motivo para a comida ser considerada nem melhor nem pior por 40% dos consumidores locais foi o fato da qualidade da comida ser a mesma. No entanto, metade das pessoas que deram essa classificação não souberam justificá-la.

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## A comida de Recife comparada à de outros destinos

Também entre os turistas a maior parte considera que não existe destino com culinária semelhante e uma porcentagem considerável não soube responder.

Quando citadas cidades onde pode-se encontrar culinária semelhante, quatro destinos apareceram, além da resposta Não Sei que foram: João Pessoa, Porto de Galinhas, Caruaru e Bezerros.

### Competitividade da comida de Recife Turistas

Nenhum entrevistado considerou a comida de Recife melhor que a dos outros destinos apontados como tendo culinária semelhante.

Apontada como nem melhor nem pior por todos os entrevistados, a justificativa para esta classificação por parte dos turistas foram exclusivamente pelo fato de terem o mesmo sabor e a mesma variedade de pratos.

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

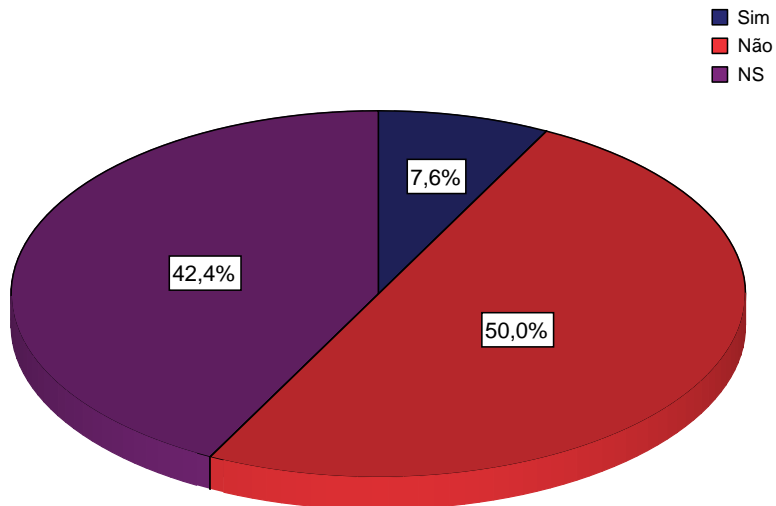
**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

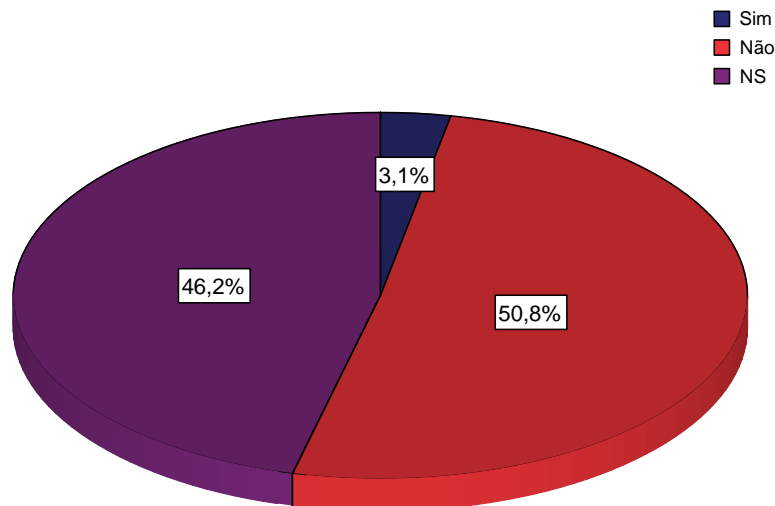
**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

# A comida de Recife comparada à de outros destinos

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



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



## A comida de Recife comparada à de outros destinos

### Localidades com comida de características semelhantes à de Recife

#### Consumidores Locais

Olinda	60,0%
Caruaru	60,0%
Porto de Galinhas	40,0%
Cabo de Santo Agostinho	40,0%
João Pessoa	20,0%
Maceió	20,0%
Jaboatão dos Guararapes	20,0%
Itamaracá	20,0%
Gravatá	20,0%

Base: 5 entrevistas  
Respostas múltiplas

#### Turistas

João Pessoa	50,0%
Porto de Galinhas	50,0%
Caruaru	50,0%
Bezerros	50,0%
NS	50,0%

Base: 2 entrevistas  
Respostas múltiplas

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

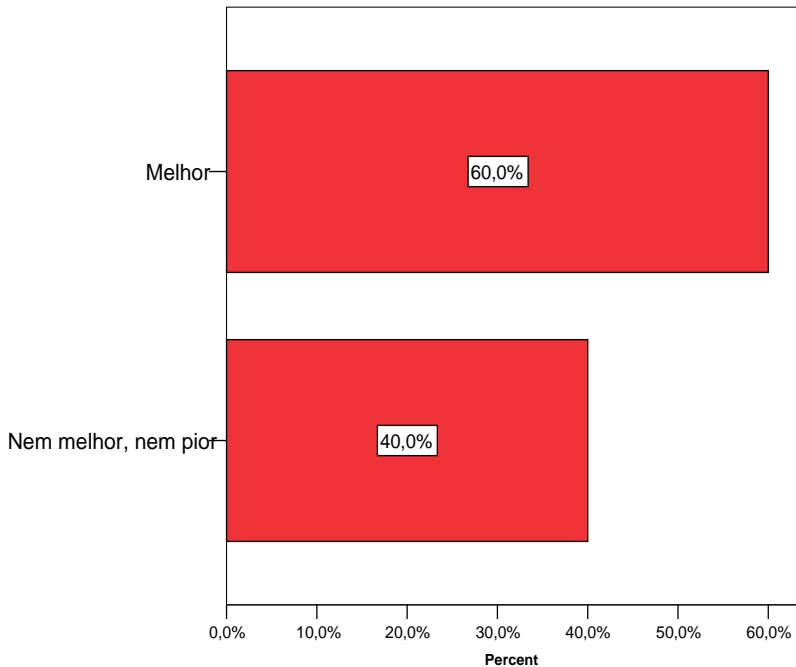
**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

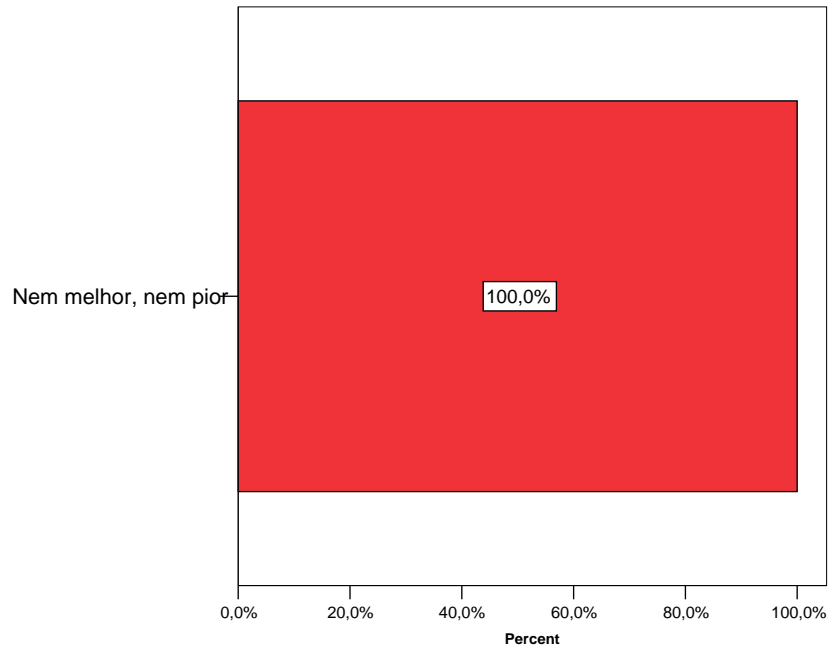
**BRA**  
EM PAÍSES DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

# A comida de Recife comparada à de outros destinos

Como o entrevistado considera a comida de Recife em relação a de outros locais - Consumidores Locais



Como o entrevistado considera a comida de Recife em relação a de outros locais - Turistas



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



Ministério do Turismo



## A comida de Recife comparada à de outros destinos

### Por que a comida de Recife é melhor?

#### Consumidores Locais

É mais saborosa	66,6%
Porque a comida é fresca	33,3%

Base: 3 entrevistas  
Respostas múltiplas

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrase**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

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

## A comida de Recife comparada à de outros destinos

### Por que a comida de Recife não é nem melhor, nem pior?

#### Consumidores Locais

Porque a qualidade da comida é a mesma 50%

NS 50%

Base: 2 entrevistas  
Respostas múltiplas

#### Turistas

Tem o mesmo sabor 50%

Pela mesma variedade de pratos 50%

Base: 2 entrevistas  
Respostas múltiplas

Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

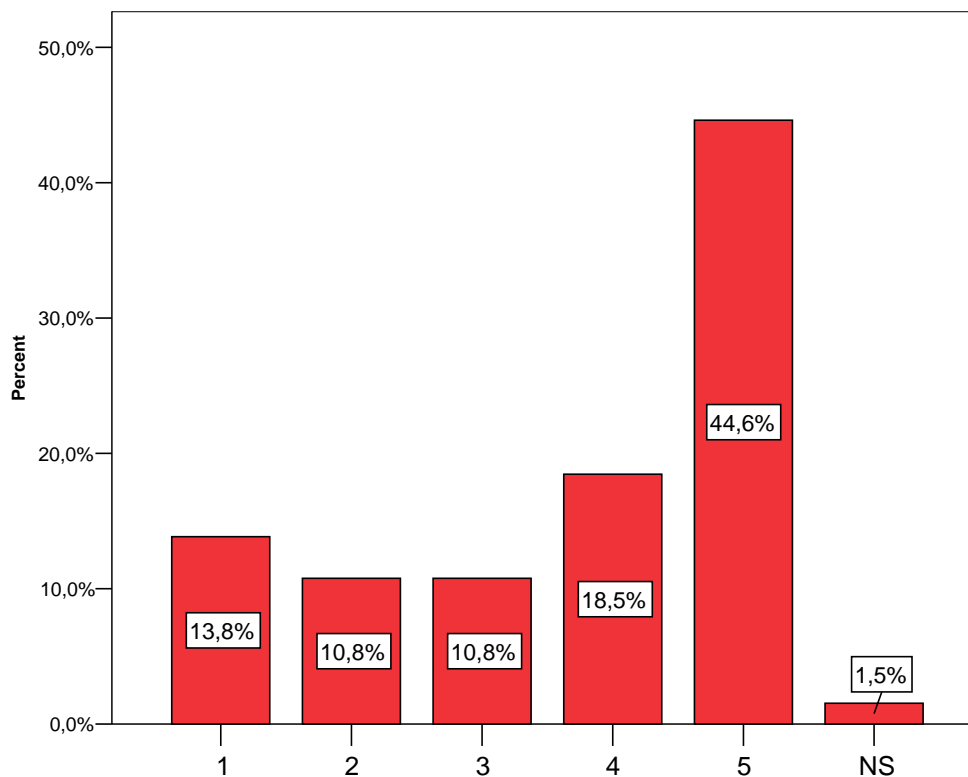
Ministério  
do Turismo

**BRA**  
EM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL

## A importância da culinária local na decisão de viajar a Recife

- Foram dadas notas de 1 a 5 para avaliar a importância da culinária de Recife na decisão de fazer a viagem, sendo 1 totalmente sem importância e 5 muito importante. As notas 4 e 5 somaram 63,1%, demonstrando que a culinária da cidade teve um peso considerável na decisão de fazer a viagem.
- Isso demonstra que a culinária de Recife pode ser considerado um atrativo turístico, pelo menos para o grupo entrevistado, reforçando a percepção do Grupo de Governança.

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



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## A COMIDA TÍPICA DE RECIFE

---

## A comida típica de Recife

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 Recife? – Consumidores Locais

### Pratos Típicos de Recife Consumidores Locais



Feijoada  
Pernambucana



Canjica

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 Recife? - Turistas

### Pratos Típicos de Recife Turistas



Tapioca



Carne de bode



Feijoada Pernambucana



Carne de sol

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 Recife?

## O prato mais lembrado

### Consumidores Locais

Feijoada Pernambucana 40,9%

Canjica 7,6%

Base: Total da amostra

### Turistas

Tapioca 20,0%

Carne de bode 15,4%

Feijoada Pernambucana 9,2%

Carne de sol 7,7%

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 PAÍSES DE TODOS OS  
GOVERNO FEDERAL

## Qual é a comida típica de Recife?

### Outros pratos típicos de Recife

Consumidores Locais	
Dobradinha	31,8%
Sarapatel	25,8%
Feijoada Pernambucana	21,2%
Galinha a cabidela	21,2%
Arrumadinho	19,7%
Tapioca	18,2%
Mão de vaca	13,6%
Carne de bode	13,6%
Fava	12,1%
Buchada	9,1%
Chambaril	9,1%
Canjica	7,6%
Rabada	7,6%
Caranguejo	6,1%
Cuscuz	6,1%
Macaxeira	6,1%
Patinho	6,1%
Mungunzá	4,5%
Bolos	4,5%
Outras	30,3%
NS	3,0%

Base: Total da amostra  
Respostas múltiplas

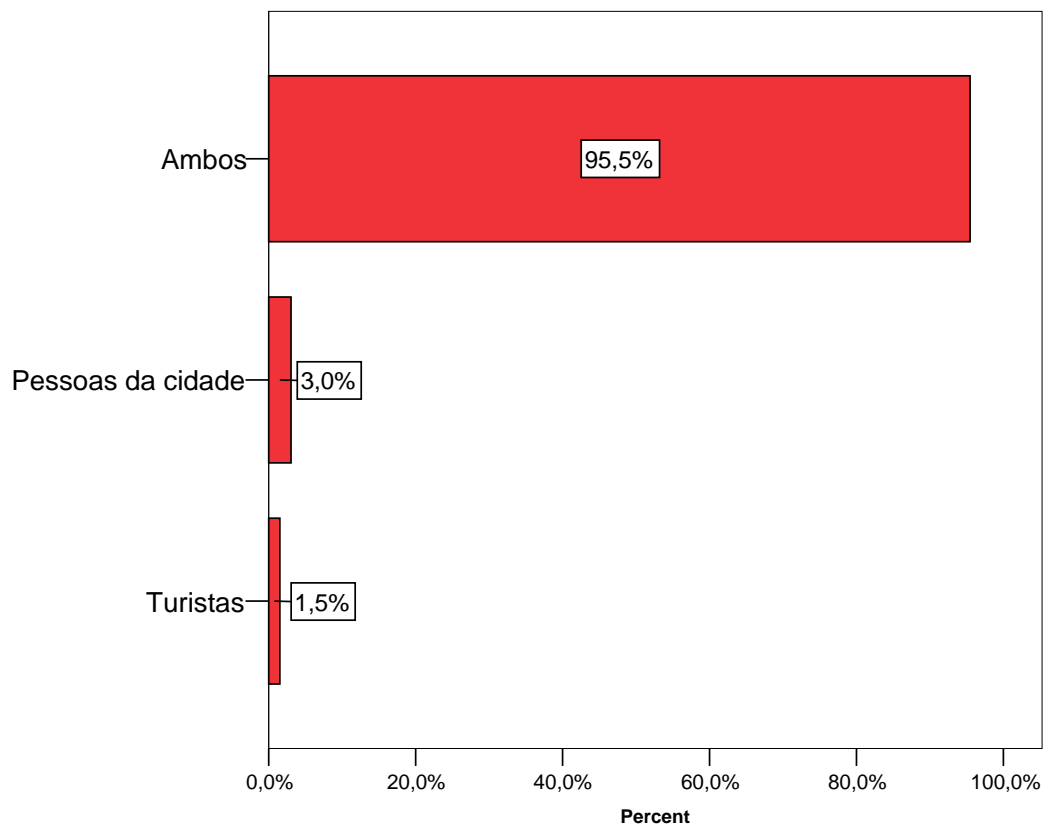
Turistas	
Tapioca	33,8%
Carne de bode	23,1%
Macaxeira	16,9%
Carne de sol	13,8%
Cuscuz	10,8%
Dobradinha	10,8%
Peixada com leite de coco	9,2%
Feijoada Pernambucana	9,2%
Buchada	9,2%
Queijo coalho	7,7%
Bolo de rolo	6,2%
Frutos do mar	4,6%
Peixes	4,6%
Camarão	4,6%
Arrumadinho	4,6%
Sarapatel	4,6%
Canjica	4,6%
Carneiro assado	3,1%
Galinha a cabidela	3,1%
Outras	27,7%
NS	13,8%

Base: Total da amostra  
Respostas múltiplas

# Os consumidores da comida típica de Recife?

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

A comida típica é mais consumida por - Consumidores Locais



Coordenação:



Pesquisa:



Apoio:



Realização:



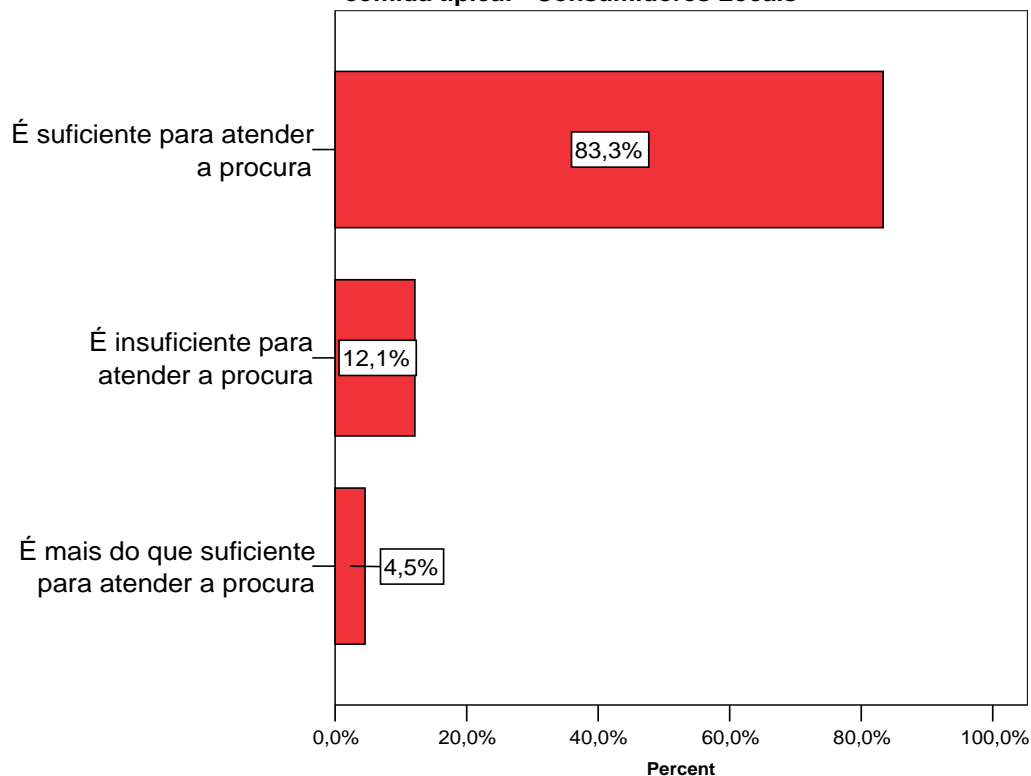
Ministério do Turismo



## Capacidade de atendimento da demanda pela comida típica de Recife

- Em relação ao número de estabelecimentos que vendem a comida típica, para 87,8% dos **Consumidores Locais** entrevistados é suficiente ou mais que suficiente para atender a procura, demonstrando uma oferta satisfatória de estabelecimentos na cidade.

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



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

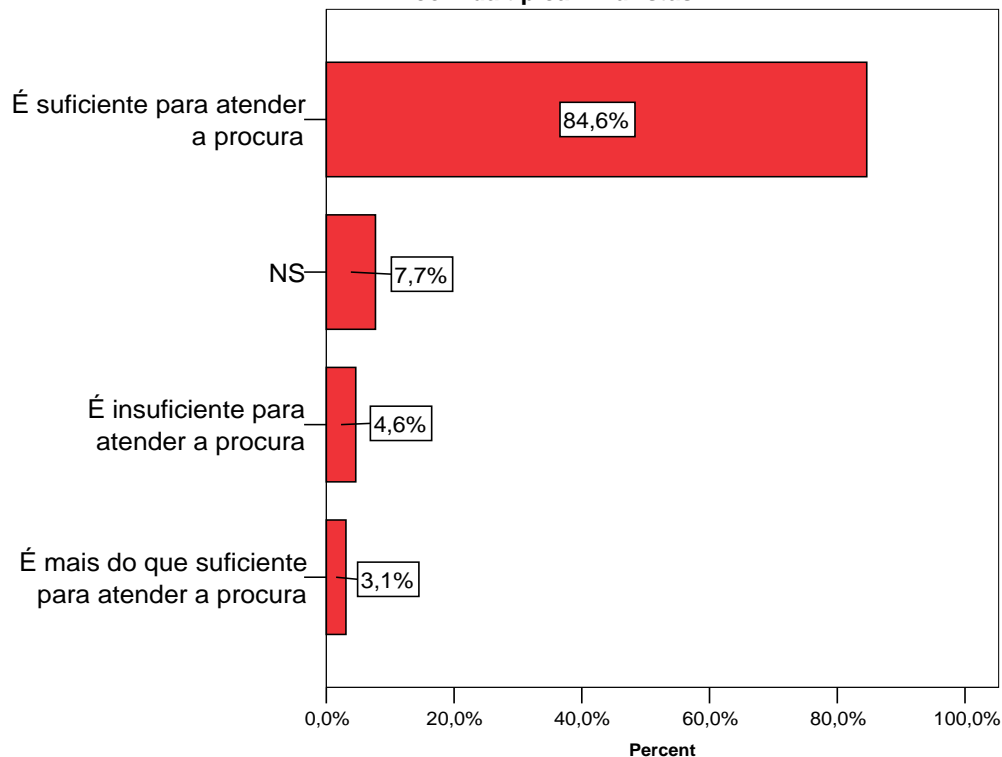
Ministério  
do Turismo

**B.R.A.S.I.L.**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

# Capacidade de atendimento da demanda pela comida típica de Recife

- Para os **Turistas** entrevistados a opinião é a mesma que foi dada pelos Consumidores Locais, com **87,7%** definindo como suficiente ou mais que suficiente para atender a demanda local.

Em relação à quantidade de estabelecimentos em Recife, que vendem a comida típica: - Turistas



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

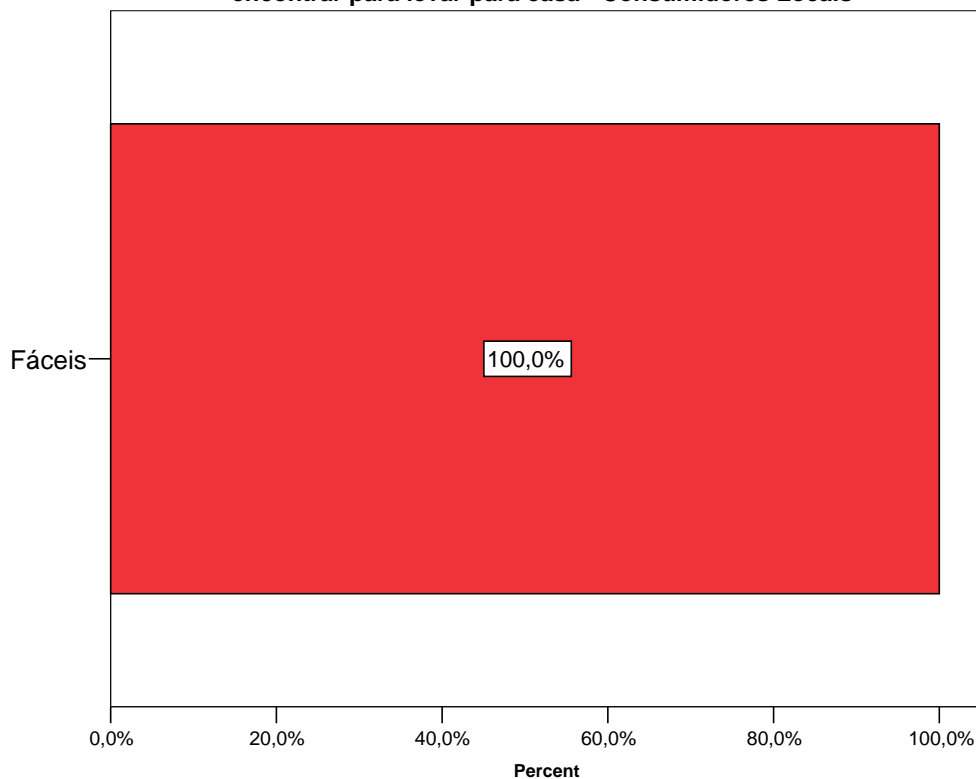
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## Capacidade de atendimento da demanda pela comida típica de Recife

- A totalidade dos **Consumidores Locais** entrevistados diz que é fácil encontrar os produtos típicos da culinária de Recife para comprar, confirmando a oferta suficiente para atender a demanda, apresentada anteriormente.

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



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

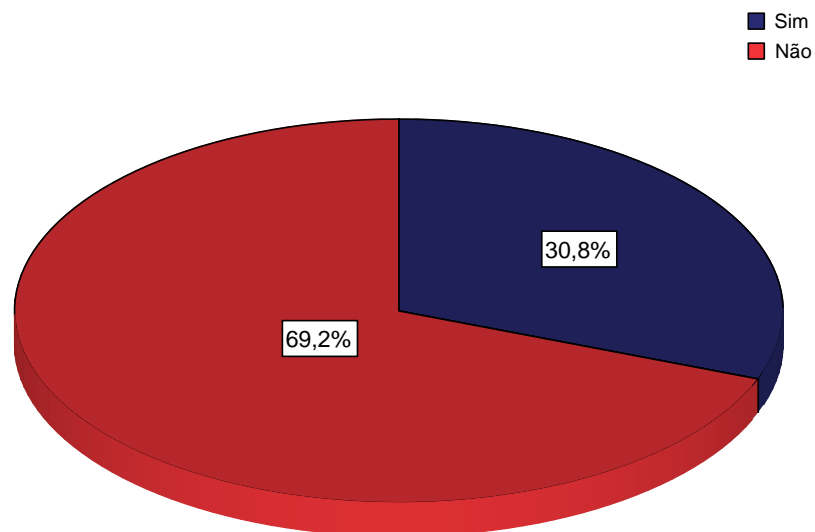
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## A demanda por produtos típicos de Recife

- Quando questionados se já haviam procurado algum produto da culinária local para comprar, quase 70% dos **Turistas** entrevistados disseram não ter tido esse interesse.

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



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## A demanda por produtos típicos de Recife

- Dos 30,8% de **Turistas** que tiveram interesse em comprar o produto típico para levar para casa, a tapioca foi o produto mais procurado (35%), seguida do bolo de rolo (15%) e da rapadura e carne de sol, que aparecem empatadas com 10% da amostra cada uma delas.
- Outros 6 produtos que foram apontados como típicos também tiveram procura para ser levado para casa.

Qual foi o produto		
	Casos	%
Tapioca	7	35,0%
Bolo de rolo	3	15,0%
Rapadura	2	10,0%
Carne de sol	2	10,0%
Castanha de caju	1	5,0%
Feijoada	1	5,0%
Feijão verde	1	5,0%
Cuscuz	1	5,0%
Macaxeira com carne de sol	1	5,0%
Queijo coalho	1	5,0%

Coordenação:


**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:


**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA


Apoio:


**SEBRAE**

Realização:

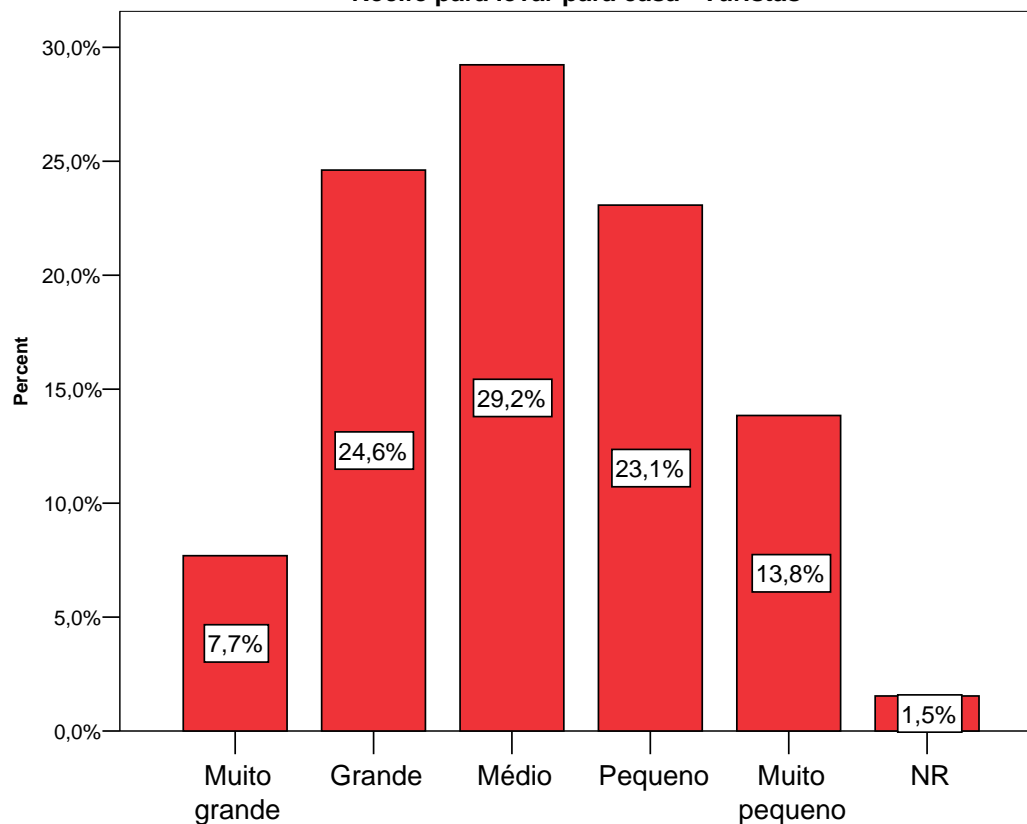

**abraseL**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

## A demanda por produtos típicos de Recife

- Em relação ao interesse em levar os produtos típicos para casa, o interesse que teve maior representatividade foi o médio (29,2%). Quando somamos os interesses grande com muito grande e os interesses pequeno com muito pequeno, para saber qual teria maior representatividade, o pequeno ou muito pequeno ganha por apenas 4,6%.

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



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
EM PAÍSES DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

## Avaliações dos pratos típicos de Recife

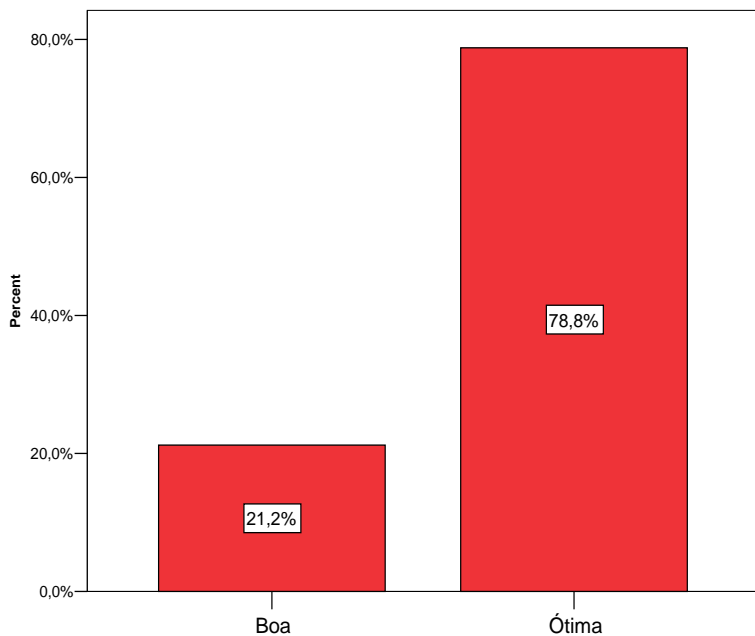
- Os pratos típicos de Recife foram avaliados segundo 5 atributos: sabor, capacidade de despertar o apetite, apresentação do prato, higiene e preço através de uma escala de 5 pontos.
  - Ótimo
  - Bom
  - Regular
  - Ruim
  - Péssimo.
- Nos quatro primeiros atributos, tanto os **Consumidores Locais**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



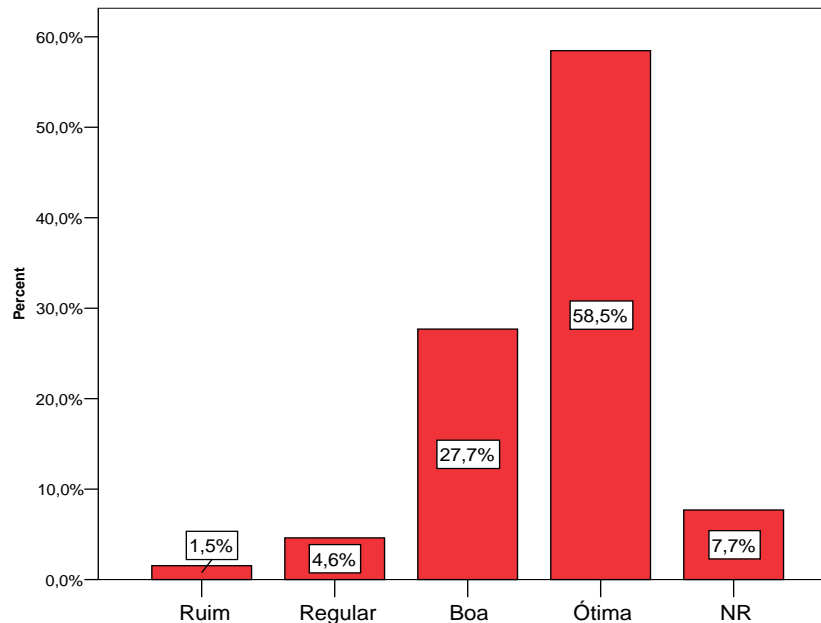
## Avaliações dos pratos típicos de Recife: sabor

- Tanto para os **Turistas** entrevistados quanto para o **Consumidores Locais**, a avaliação do sabor da comida de Recife foi considerada Ótima, com diferença apenas percentual entre os grupos – Consumidores Locais 78,8% e Turistas 58,5%. Os Turistas pareceram ser mais rigorosos nessa avaliação que os Consumidores Locais.

Avaliação do sabor da comida típica de Recife - Consumidores Locais



Avaliação do sabor da comida típica de Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

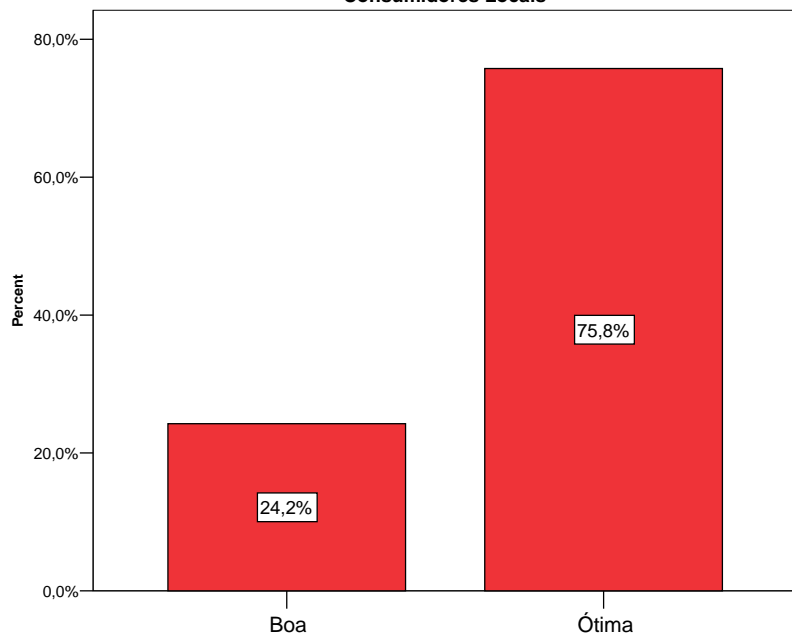
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

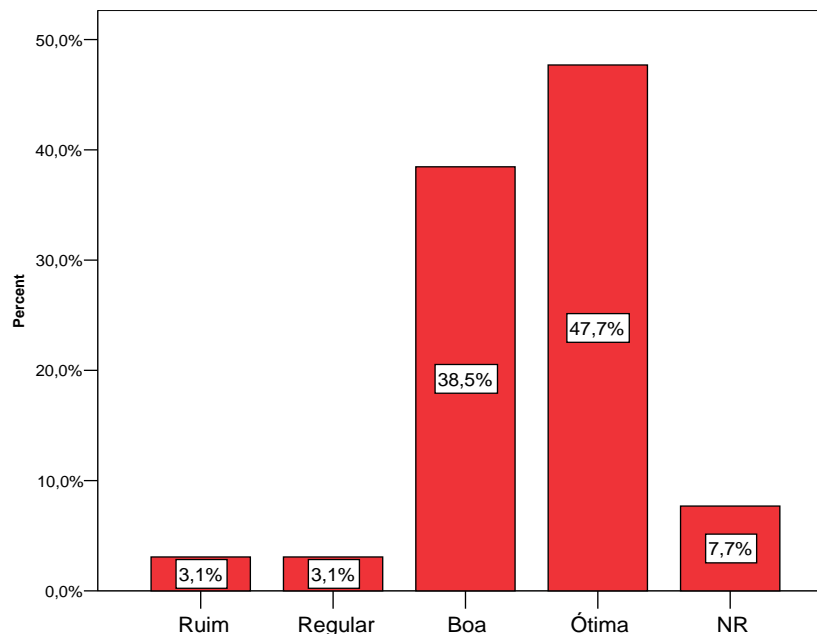
## Avaliações dos pratos típicos de Recife: capacidade de despertar apetite

■ Novamente verificamos uma rigorosidade de avaliação maior por parte dos Turistas. No entanto, ambos os grupos avaliaram principalmente como Ótima a capacidade de despertar o apetite dos pratos típicos. Enquanto a totalidade dos Consumidores Locais classificaram como Boa ou Ótima, entre os Turistas esse número cai para 86,2%, mas ainda com grande representatividade.

Avaliação do despertar do apetite da comida típica de Recife - Consumidores Locais



Avaliação do despertar do apetite da comida típica de Recife - Turistas



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

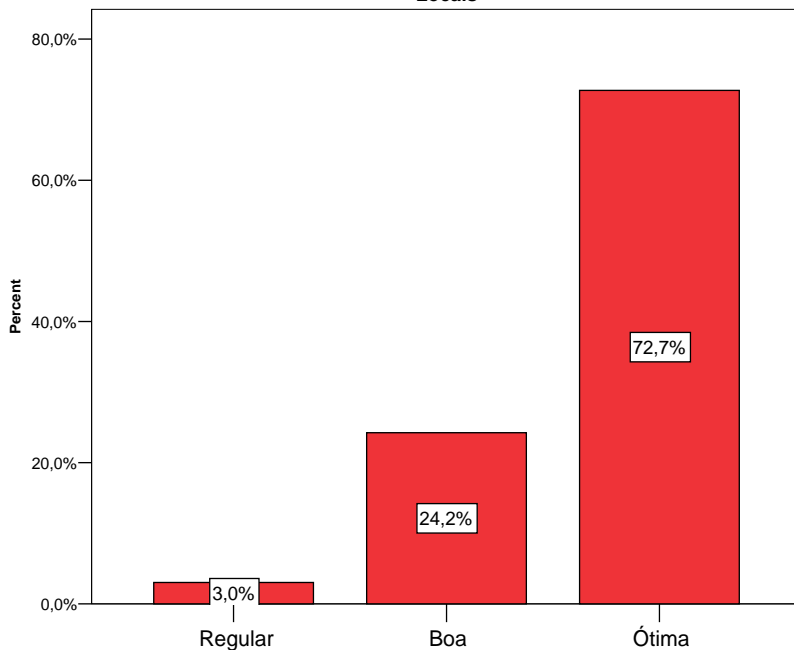
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO UM  
GOVERNO FEDERAL

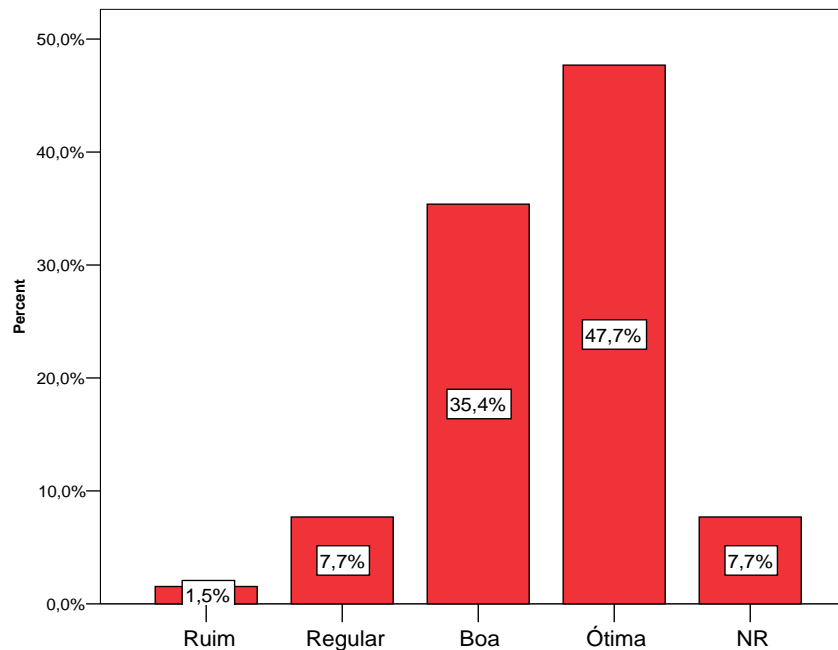
## Avaliações dos pratos típicos de Recife: apresentação do prato

- A apresentação do prato manteve a mesma avaliação pelos **Consumidores Locais** e pelos **Turistas**, com a classificação Ótima permanecendo em primeiro lugar. A avaliação dos Consumidores Locais, no entanto, permaneceu mais satisfatória que a dos Turistas (72,7% dos Consumidores Locais enquanto, entre os Turistas, pouco menos de 50%).

Avaliação da apresentação do prato típico de Recife - Consumidores Locais



Avaliação da apresentação do prato típico de Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

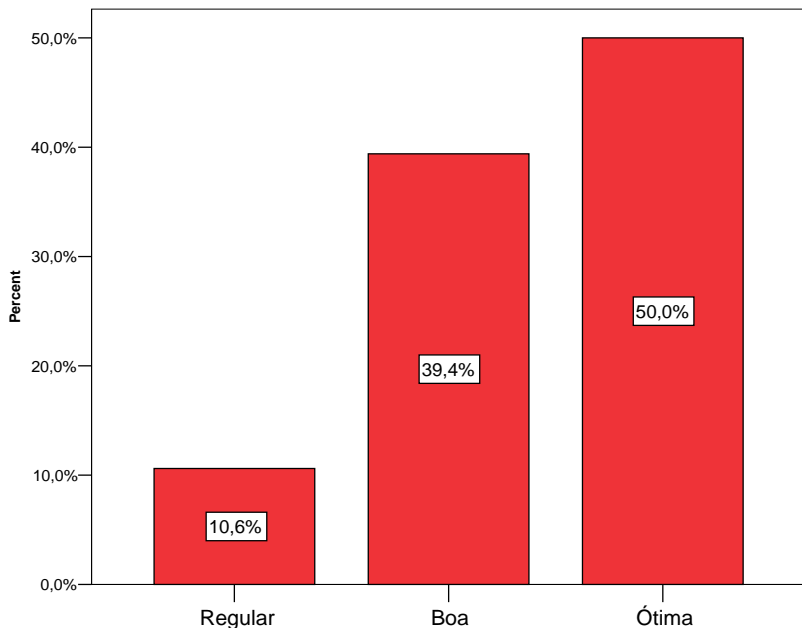
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TUDO OS  
GOVERNO FEDERAL

## Avaliações dos pratos típicos de Recife: higiene do prato

- A higiene do prato foi o item que apresentou classificação percentual mais próxima entre os dois grupos, sendo a classificação Ótima a que teve maior número de citações. Entre os **Consumidores Locais**, 50% avaliaram como Ótimo e entre os **Turistas** essa porcentagem é de 49,2%. A classificação Boa também apresentou certa proximidade em pontos percentuais, ficando ambos entre 35% e 40%.

Avaliação da higiene do prato típico de Recife - Consumidores Locais



Avaliação da higiene do prato típico de Recife - Turistas



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

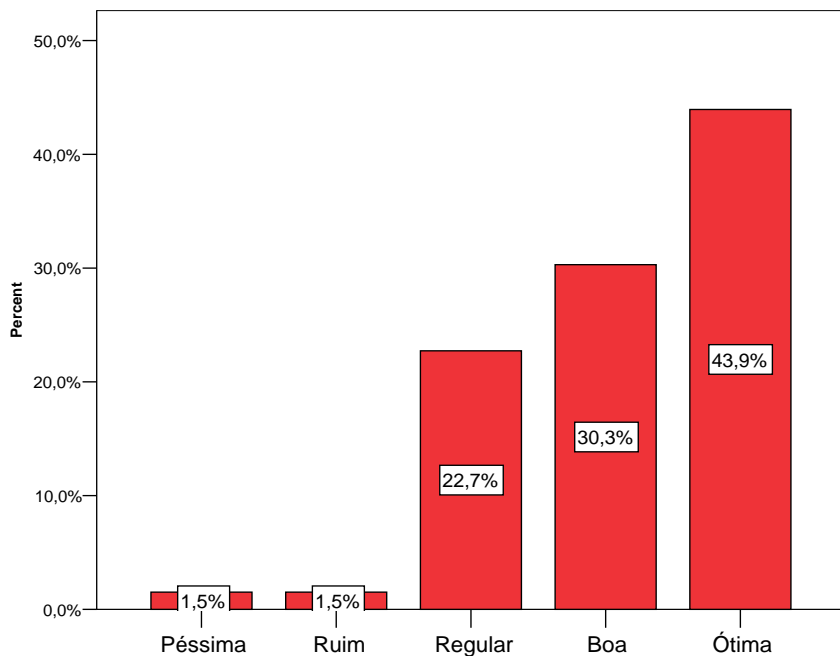
Ministério  
do Turismo

**BRS**  
EM PAÍSES DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

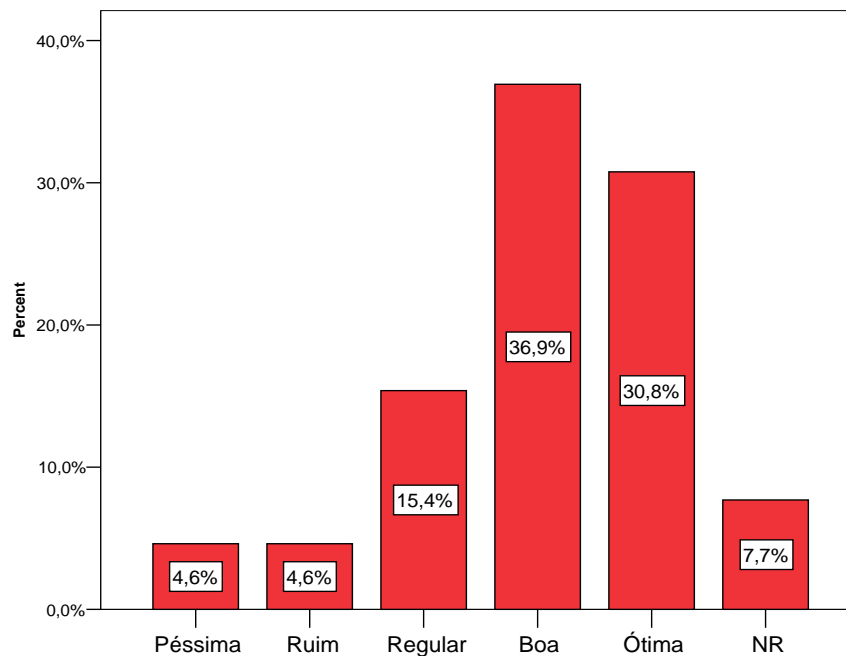
## Avaliações dos pratos típicos de Recife: preço do prato

- Por fim, o preço, último dos 5 itens avaliados, que manteve a classificação como Ótima entre os Consumidores Locais (43,9%) e teve sua maioria das citações, entre os Turistas, como Boa (36,9%). A classificação Ótima por parte dos Turistas ficou apenas 6,1% abaixo. Deve-se observar que este é o único item em que a classificação não foi unânime para os grupos.

Avaliação do preço da comida típica de Recife - Consumidores Locais



Avaliação do preço da comida típica de Recife - Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



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

Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

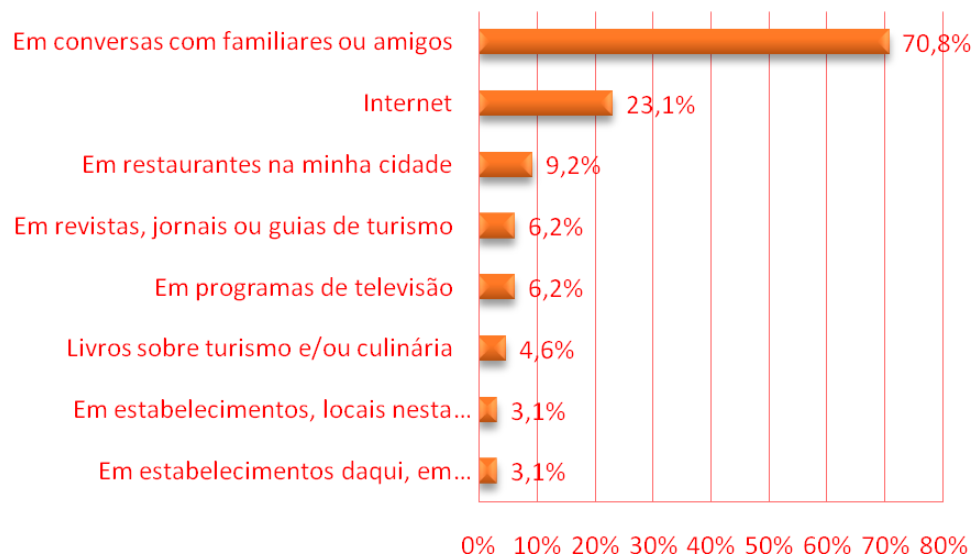
Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
EM PAÍSES DE TURISMO  
GOVERNO FEDERAL

## Turistas: fontes de informação sobre a comida típica de Recife

- A conversa com familiares e amigos foi a principal fonte de informação utilizada pelos **Turistas** entrevistados para ter conhecimento da comida típica da cidade. A segunda fonte que aparece na pesquisa é a internet, com pouco mais de 20% da amostra.
- Podemos perceber que a divulgação boca a boca foi a principal fonte de conhecimento da comida típica, já que das opções apresentadas, 86,2% da amostra pode ser caracterizada como indicação, seja por familiares ou por estabelecimentos da própria cidade ou de outras cidades.

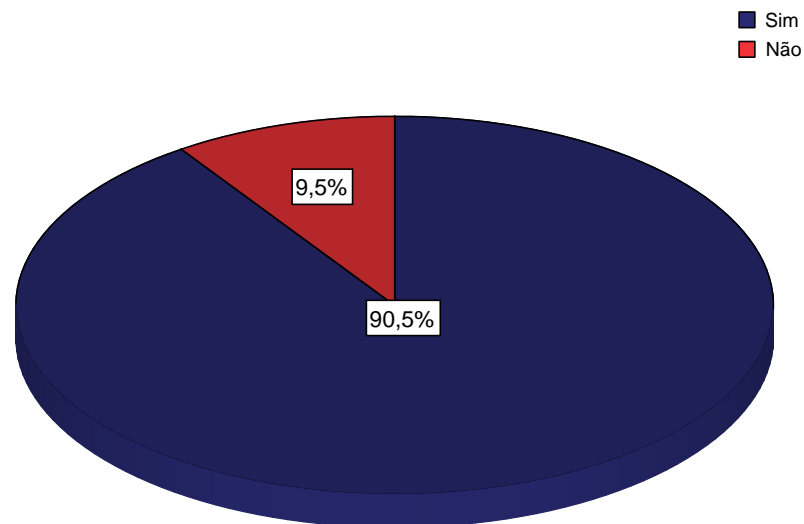
### Onde o entrevistado ouviu falar da comida típica de Recife



## Turistas: experiência com a comida típica de Recife

### O entrevistado já experimentou a comida típica de Recife - Turistas

- Mais de 90% dos **Turistas** entrevistados já haviam experimentado a comida típica de Recife. Um dado satisfatório demonstrando o interesse pela culinária local e confirmando essa culinária como um dos atrativos da cidade, conforme apontado anteriormente onde a culinária aparece entre as três melhores características da cidade.



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA

Apoio:

**SEBRAE**

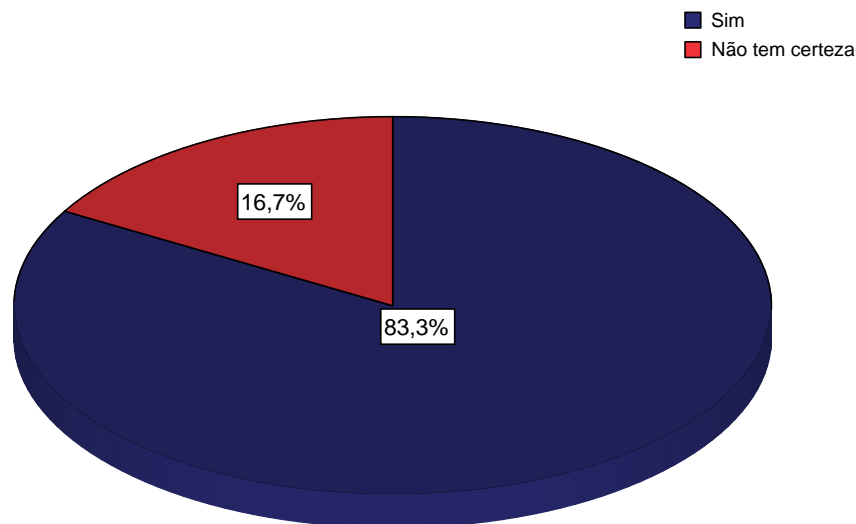
Realização:

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

## Turistas: experiência com a comida típica de Recife

- Dos 9,5% dos **Turistas** que não haviam experimentado a comida típica de Recife, 83,3% apresentou interesse em fazê-lo, enquanto os 16,7% restantes disse não ter certeza.
- Esse gráfico mostra que a culinária de Recife é bem aceita, já que nenhum dos entrevistados disse não ter interesse em provar a culinária local.

O entrevistado pretende experimentar a comida típica de Recife -  
Turistas



Coordenação:

**INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa:

**FOCUS**  
PESQUISA | ESTRATÉGIA



Apoio:

**SEBRAE**

Realização:

**abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo

**BRASIL**  
UM PAÍS DE TODOS OS  
GOVERNO FEDERAL

- 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 Recife: Said Felix Costa





*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*

Coordenação: **INSIGHT**  
CONSULTORIA E PROJETOS

Pesquisa: **FOCUS**  
PESQUISA E ESTRATÉGIA



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

Apoio: **SEBRAE**

Realização: **abrasel**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE BARES E RESTAURANTES

Ministério  
do Turismo **BRASIL**  
EM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL