PROJETO NORONHA XVI

Pesquisa de Mercado

Gerente: Carolina Pamplona

Grupo: Camilli Moura e Sofia Ilez

Abril/2024

SUMÁRIO

1. Briefing de Pesquisa **3**
1.1 Introdução 3
1.2 Problema de decisão gerencial 8
1.3 Problema de pesquisa 8
1.4 Objetivo primário 8
1.5 Objetivos secundários 9
1.6 Metodologia 9
1.7 Amostragem 10
1.8 Universo 12
2. Elaboração dos Formulários **12**
2.1 Formulário Quantitativo 12
2.2. Roteiro Qualitativo de Entrevista em Profundidade 36
3. Análises de Dados **41**
3.1 SEÇÃO 1: DADOS DEMOGRÁFICOS 42
3.2 SEÇÃO 2: INFORMAÇÕES SOBRE A VIAGEM 47
3.3 SEÇÃO 3: INGRESSO E TPA 54
3.4 SEÇÃO 4: INFORMAÇÕES E OPINIÕES SOBRE A VISITA AO PARQUE 62
3.5. SEÇÃO 5: PONTOS DE INFORMAÇÃO E CONTROLE (PIC) 90
3.6. SEÇÃO 6: AVALIAÇÃO 102
3.7 Cruzamento de Dados 118
3.8 Análise Qualitativa 123
4. Ferramentas Extras **127**
4.1. Ferramenta I: Cliente Oculto no Site de Ingressos do Parque 127
4.1.1 Metodologia 128
4.1.2 Compra de Ingressos 128
4.1.3 Agendamentos de Trilhas 141

1. Briefing de Pesquisa

1.1 Introdução

Esta pesquisa foi conduzida com o intuito de avaliar e quantificar o grau de contentamento dos visitantes em relação ao Parque Nacional Marinho e à ilha Fernando de Noronha. Comparativamente à pesquisa anterior, de Dezembro de 2023, o formato do questionário passou por algumas modificações, incluindo as mudanças:

- **13. Como você avalia o valor cobrado pelo ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha?**

  Alteração na ordem das opções de resposta a fim de verificar seu possível impacto na escolha dos respondentes.

  Antes:

  13. Como você avalia o valor cobrado pelo ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha?

  ( ) Muito caro ( ) Caro ( ) Justo ( ) Barato ( ) Muito barato

  Depois:

  13. Como você avalia o valor cobrado pelo ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha?

  ( ) Muito barato ( ) Barato ( ) Justo ( ) Caro ( ) Muito Caro

- **16. Como você avalia o serviço de agendamento de passeios?**

  Remoção da pergunta, visto que o questionário já possui uma questão voltada para os agendamentos de trilhas.

  Antes:

  16. Como você avalia o **serviço de agendamento de passeios**?

  ( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

  Depois:

  A pergunta foi eliminada.

- **Perguntas 23, 24 e 25.**

  Reformulação e compilação das três perguntas em apenas uma só visando uma maior objetividade e dinamismo ao responder o questionário. Além disso, foi incluído o comentário “caso exista” no quesito de **pior** para caso o respondente não possua nenhum ponto turístico em mente.

  Antes:

  23. Quais desses pontos turísticos listados a seguir foram os melhores e os piores em relação a **sinalização**?

  MELHOR (Selecionar até 3 opções abaixo):

  ( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( )

Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

PIOR (Selecionar até 3 opções abaixo):( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

24. Quais desses pontos turísticos a seguir foram os melhores e os piores em relação a **segurança**?

MELHOR (Selecionar até 3 opções abaixo):

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

PIOR (Selecionar até 3 opções abaixo):

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

25. Quais desses pontos turísticos a seguir foram os melhores e os piores em relação a **manutenção**?

MELHOR (Selecionar até 3 opções abaixo):

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

PIOR (Selecionar até 3 opções abaixo):

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

Depois:

22. Considerando os seguintes pontos turísticos: PIC (Praia) do Sancho, Baía dos Porcos, PIC (Praia) do Leão, Trilha da Atalaia, Enseada dos Abreus, PIC (Baía) do Sueste, Baía dos Golfinhos, Capim Açu, Piscina Natural São José, Ponta das Caracas, Pontinha Pedra Alta, Caiera, Trilha São Joaquim. Avalie o(s) **melhor(es)** e **pior(es)** (caso exista) com relação a sinalização, manutenção e segurança:

SINALIZAÇÃO

Melhor:

Pior (caso exista):

MANUTENÇÃO

Melhor:

Pior (caso exista):

SEGURANÇA

Melhor:

Pior (caso exista):

- **36. Caso a resposta acima tenha sido regular, ruim ou muito ruim, em qual aspecto poderia haver melhorias?**

  Inclusão da pergunta acima, que tem como objetivo procurar entender melhor as motivações que levaram os respondentes a terem uma experiência “regular”, “ruim” ou “muito ruim”.

  Antes:

  A pergunta não existia

  Depois:

  36. Caso a resposta acima tenha sido **regular, ruim** ou **muito ruim,** em qual aspecto poderia haver melhorias?

  ( ) Infraestrutura ( ) Atendimento ( ) Praias ( ) Sinalização ( ) Trilhas ( ) Agendamentos ( ) Taxas ( ) Preços ( ) PIC ( ) Outro:_____

O propósito das análises é fornecer novas perspectivas acerca das percepções e comportamentos do público em relação ao parque e à ilha, através da condução da pesquisa e da avaliação de seus dados.

1.2 Problema de decisão gerencial

Como coletar uma amostra que seja capaz de oferecer insights e feedbacks valiosos na análise de dados sobre a satisfação dos visitantes do Parnamar?

1.3 Problema de pesquisa

Qual é a avaliação e o nível de satisfação dos visitantes em relação à experiência proporcionada pelo Parnamar?

1.4 Objetivo primário

Aprofundar a compreensão da jornada dos visitantes na ilha e no parque, visando identificar e entender os elementos que contribuíram para a satisfação ou insatisfação durante a sua estadia.

1.5 Objetivos secundários

- Avaliar quais atributos estão satisfazendo ou não os visitantes, incluindo a segurança do parque, limpeza e preservação.
- Entender a satisfação do público em relação ao agendamento de trilhas.
- Entender a percepção do público em relação a aspectos como sinalização, atendimento dos funcionários e custos da viagem.

- Compreender algumas questões pessoais dos visitantes, como sua duração média de estadia na ilha, com quem se está viajando e o motivo da viagem.
- Entender quais pontos turísticos são os mais atrativos e agradam mais os visitantes.
- Enxergar e compreender quais sugestões os visitantes têm para o parque.
- Mensurar o conhecimento dos visitantes sobre o PIC e Squeeze, além de como os mesmos são avaliados pelo público.

1.6 Metodologia

A metodologia adotada para o formulário foi a quantitativa, isto é, a coleta de dados mensuráveis e calculáveis. Essa abordagem se baseia em informações numéricas, buscando coletar insights objetivos sobre o tema em estudo.

1.7 Amostragem

Em pesquisas quantitativas, a amostra se configura como um subconjunto representativo da população total, e nesse sentido, seu cálculo necessita do tamanho da população. No Projeto Noronha XVI, a população contempla a soma do número de visitantes referentes ao trimestre anterior à execução da pesquisa. Considerando o início da preparação do projeto em Janeiro de 2024, para embasar o briefing de pesquisa e o plano amostral, foi utilizado como tamanho da população o número total de visitantes dos meses de Outubro, Novembro e Dezembro de 2023. Com base nisso, obtivemos como número total de visitantes 33.886 nesses três meses - dados fornecidos pela Econoronha.

Outro fator a ser considerado para cálculo é referido como margem de erro, este que representa uma estatística que expressa a quantidade de erro amostral aleatório nos resultados de uma pesquisa. Em suma, a margem de erro delimita o intervalo de confiança que circunda o resultado da pesquisa.

Por fim, no que tange ao nível de confiança, este expressa a probabilidade de que o valor real da população esteja contido dentro da margem de erro. Por exemplo, um nível de confiança de 90% denota a probabilidade de obter resultados consistentes em 90% das instâncias.

Apesar de não existir um critério científico para a melhor definição de nível de confiança e margem de erro, uma prática do mercado constitui-se em trabalhar com nível de confiança 95% e margem de erro de 5%, visto que, deste modo minimiza-se o intervalo de confiança com um custo condizente.

Por meio da definição da população, margem de erro e nível de confiança, é possível realizar o cálculo da amostra, considerando a fórmula de

tamanho da amostra, ou por calculadoras on-line de empresas renomadas, como da Survey Monkey - por intermédio de ambas as formas, chegando ao mesmo resultado.

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{\frac{z^2 \times p\,(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p\,(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Fonte: Survey Monkey, 2024

Tendo como base os dados e cálculos acima, a amostra deverá ser de no mínimo 380 respondentes, para que assim haja a garantia de validade e confiabilidade dos resultados da pesquisa.

A amostra da pesquisa coletada em campo, em Abril de 2024, foi de cerca de 417 respondentes, sendo 15 formulários descartados devido à irregularidades, como falta de informações ou irrelevância, o que totaliza, por fim, 402 respostas analisadas.

1.8 Universo

Já o universo são todos aqueles que contam como possíveis respondentes da pesquisa. Ou seja, conclui-se que o universo são os visitantes da ilha de Fernando de Noronha.

2. Elaboração dos Formulários

O seguinte formulário foi utilizado durante a aplicação da pesquisa de satisfação de Abril de 2024, apresentando variações de idioma para o inglês e o espanhol. As alterações feitas nesta edição foram previamente citadas no Briefing de Pesquisa.

2.1 Formulário Quantitativo

Português:

1. Local onde a pesquisa foi aplicada (preenchimento interno)

( ) Aeroporto ( ) Ponto turístico do ParNaMar ( ) Pousada ( ) Porto

SEÇÃO 1: DADOS DEMOGRÁFICOS

2. Qual sua nacionalidade?

( ) Brasileira ( ) Francesa ( ) Argentina ( ) Americana ( ) Chilena ( ) Outras

3. Qual seu gênero?

( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Não binário ( ) Prefiro não declarar ( ) Outros

4. Qual é sua faixa etária?

( ) Menor de 18 ( ) 18 a 25 anos ( ) 26 a 35 anos ( ) 36 a 45 anos ( ) 46 a 55 anos ( ) Acima de 56 anos

SEÇÃO 2: INFORMAÇÕES SOBRE A VIAGEM

5. Com quem você está viajando?

( ) Sozinho(a) ( ) Com a família ( ) Com meu companheiro(a) ( ) Com amigos

6. Qual o motivo da sua estadia?

( ) Turismo ( ) Trabalho ( ) Celebração ( ) Outro

7. Quanto tempo você tem de estadia na ilha?

( ) 1 a 3 dias ( ) 4 a 6 dias ( ) 7 a 10 dias ( ) Mais de 10 dias

8. Quantas vezes você já visitou Fernando de Noronha?

( ) É minha primeira vez ( ) Duas vezes ( ) Três vezes ( ) Quatro vezes ( ) Mais de 4 vezes

SEÇÃO 3: INGRESSO E TPA

9. Você conhece o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha?

( ) Sim ( ) Não

10. Você sabe o que é TPA (Taxa de Preservação Ambiental)?

( ) Sim ( ) Não

11. Você entende a diferença entre a TPA e o ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha, cobrado pela Econoronha?

( ) Sim ( ) Não

12. Você comprou o seu ingresso de forma presencial ou online?

( ) Online ( ) Presencial

13. Como você avalia o valor cobrado pelo ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha?

( ) Muito barato ( ) Barato ( ) Justo ( ) Caro ( ) Muito Caro

SEÇÃO 4: INFORMAÇÕES E OPINIÕES SOBRE A VISITA AO PARQUE

14. Quais pontos turísticos você já visitou em Fernando de Noronha?

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( )

Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim ( ) Outro

15. Você sabia que esses pontos turísticos fazem parte do Parque Nacional Marinho?

( ) Sim ( ) Não

16. Você agendou alguma **trilha**?

( ) Sim ( ) Não

17. Se sim, qual foi o meio de agendamento?

( ) Online ( ) Presencial

18. Como você avalia o **serviço de agendamento de trilhas**?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

19. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à **sinalização**?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

20. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à **segurança**?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

21. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à **preservação**?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

22. Considerando os seguintes pontos turísticos: PIC (Praia) do Sancho, Baía dos Porcos, PIC (Praia) do Leão, Trilha da Atalaia, Enseada dos Abreus, PIC (Baía) do Sueste, Baía dos Golfinhos, Capim Açu, Piscina Natural São José, Ponta das Caracas, Pontinha Pedra Alta, Caiera, Trilha São Joaquim. Avalie o(s) **melhor(es)** e **pior(es)** (caso exista) com relação a sinalização, manutenção e segurança:

SINALIZAÇÃO

Melhor:

Pior (caso exista):

MANUTENÇÃO

Melhor:

Pior (caso exista):

SEGURANÇA

Melhor:

Pior (caso exista):

23. Você contratou um **guia turístico** para os passeios?

( ) Sim ( ) Não

24. Se sim, sentiu que contribuiu para a sua viagem?

( ) Sim ( ) Não

25. Quais desses atendimentos você avalia como melhor?

( ) Monitores de trilha ( ) Recepção no centro de visitantes ( ) Lanchonetes de acesso às praias ( ) Pontos de informação e controle (PIC) ( ) Lojas de souvenir

26. Teve algum atendimento que te deixou insatisfeito? Se sim, qual?

R:

27. Como você avalia o cuidado do parque com o meio ambiente?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

SEÇÃO 5: PONTOS DE INFORMAÇÃO E CONTROLE (PIC)

28. Você sabe o que é o Pontos de Informação e Controle (PIC)?

( ) Sim ( ) Não

29. Você utilizou algum PIC durante sua viagem?

( ) Sim ( ) Não

30. Com qual finalidade você usou o PIC?

( ) Informação ( ) Compras na loja de souvenir ( ) Lanchonete ( ) Tomar ducha, Banheiro ( ) Refil da garrafa de água do Econoronha ( ) Não utilizei ( ) Outros

31. Como você avalia a **localização** dos Pontos de Informação e Controle (PIC)?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim ( ) Não utilizei o PIC

32. Se você foi ao PIC, como você avalia o **atendimento** no PIC?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim ( ) Não utilizei o PIC

33. Se você foi ao PIC, como você avalia a **infraestrutura** no PIC?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim ( ) Não utilizei o PIC

SEÇÃO 6: AVALIAÇÃO

34. Como você avalia sua experiência no parque?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim ( ) Não fui ao Parque

35. Como você avalia sua experiência na ilha?

( ) Muito bom ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim ( ) Muito ruim

36. Caso a resposta acima tenha sido **regular, ruim** ou **muito ruim,** em qual aspecto poderia haver melhorias?

( ) Infraestrutura ( ) Atendimento ( ) Praias ( ) Sinalização ( ) Trilhas ( ) Agendamentos ( ) Taxas ( ) Preços ( ) PIC ( ) Outro:_____

37. Qual ponto turístico do Parque Nacional Marinho você mais gostou?

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

38. Qual ponto turístico da ilha você mais gostou?

R:

39. Você gostaria de adicionar alguma sugestão?

R:

Inglês:

1. Local onde a pesquisa foi aplicada (to be filled by staff)

( ) Aeroporto ( ) Ponto turístico do ParNaMar ( ) Pousada ( ) Porto

SESSION 1: DEMOGRAPHIC INFORMATION

2. What is your nationality?

( ) Brazilian ( ) French ( ) Argentinian ( )American ( ) Chilean ( ) Other

3. What gender do you identify as?

( ) Female ( ) Male ( ) Non binary ( ) I would rather not declare it ( ) Other

4. What is your age?

( ) Under 18 years old ( ) 18 to 25 years old ( ) 26 to 35 years old ( ) 36 to 45 years old ( ) 46 to 55 years old ( ) Above 56 years old

SESSION 2: INFORMATION ABOUT YOUR TRIP

5. Who are you traveling with?

( ) Alone ( ) My family ( ) My partner ( ) Friends

6. What is the reason for your trip to Fernando de Noronha?

( ) Tourism ( ) Work ( ) Celebration ( ) Other

7. How long is your stay?

( ) 1 to 3 days ( ) 4 to 6 days ( ) 7 to 10 days ( ) More than 10 days

8. How many times have you visited Fernando de Noronha?

( ) It's my first time ( ) Twice ( ) Three times ( ) Four times ( ) More than four times

SESSION 3: TICKETS AND TPA

9. Do you know the Fernando de Noronha Marine National Park?

( ) Yes ( ) No

10. Do you know what the TPA (Environmental Preservation Tax) is?

( ) Yes ( ) No

11. Do you understand the difference between the TPA and the ticket for the Fernando de Noronha Marine National Park, collected by Econoronha?

( ) Yes ( ) No

12. Did you buy your ticket in person or online?

( ) In person ( ) Online

13. How do you rate the price charged for the ticket to the Fernando de Noronha Marine National Park?

( ) Very cheap ( ) Cheap ( ) Fair ( ) Expensive ( ) Very

SESSION 4: INFORMATION AND OPINIONS ABOUT YOUR VISIT TO THE PARK

14. What tourist attractions have you visited in Fernando de Noronha?

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim ( ) Other ( ) None of them

15. Did you know these tourist attractions were part of the Marine National Park?

( ) Yes ( ) No

16. Did you schedule a **hike/trail**?

( ) Yes ( ) No

17. If you did, how did you schedule it?

( ) Online ( ) In person

18. How do you rate the **hike's booking service**?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

19. How do you rate the Marine National Park's **signaling**?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

20. How do you rate the Marine National Park's **security**?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

21. How do you rate the Marine National Park's **environmental preservation**?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

22. Considering the following tourist spots: Sancho Beach, Baía dos Porcos, Lion Beach, Atalaia Trail, Abreus Cove, Sueste Bay, Dolphin Bay, Capim Açu, São José Natural Pool, Caracas Point, Pontinha Pedra Alta, Caiera, São Joaquim Trail. Evaluate the **best** and **worst** (if any) in terms of signage, maintenance, and safety:

SIGNAGE

Best:

Worst (if any):

MAINTENANCE

Best:

Worst (if any):

SAFETY

Best:

Worst (if any):

23. Did you hire a **tourist guide**?

( ) Yes ( ) No

24. If so, do you believe that added to your trip?

( ) Yes ( ) No

25. Which of these services would you rate as the best?

( ) Trail's monitors ( ) Reception in the visitor's center ( ) Restaurant before the beaches's access ( ) Information and Control Points (PIC) ( ) Gift shops

26. Was there anything or any services that left you unsatisfied? If yes, which one?

Answer:

27. How do you rate the Marine National Park's environment care?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

SESSION 5: INFORMATION AND CONTROL POINTS (PIC)

28. Do you know what the PICs, Information and Control Points, are?

( ) Yes ( ) No

29. Did you use one of the PICs during your trip?

( ) Yes ( ) No

30. What did you use the PIC for?

( ) Informations ( ) Gift Shop ( ) Restaurant ( ) Showers after the beach/ Bathroom

( ) EcoNoronha 's water bottle refill ( ) Didn't use it ( ) Others.

31. How do you rate the **location** of the Information and Control Points (PIC)?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

32. How do you rate the **customer service** of the Information and Control Points (PIC)?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

33. How do you rate the **infrastructure** of the Information and Control Points (PIC)?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

SESSION 6: EVALUATION

34. How do you rate your experience in the Marine National Park?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad ( ) I didn't go to the Park

35. How do you rate your experience on Fernando de Noronha's island?

( ) Really good ( ) Good ( ) Fine ( ) Bad ( ) Really bad

36. If the response above was fine, bad, or really bad, in which aspect could there be improvements?

( ) Infrastructure ( ) Service ( ) Beaches ( ) Signage ( ) Trails ( ) Scheduling ( ) Fees ( ) Prices ( ) PIC ( ) Other:_____

37. What Marine National Park 's tourist attraction did you like the most?

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

38. What tourist attraction in Fernando de Noronha's island did you like the most?
Answer:

39. Would you like to add any suggestions?

Answer:

Espanhol:

1. Local onde a pesquisa foi aplicada (llenado interno)

( ) Aeroporto ( ) Ponto turístico do ParNaMar ( ) Pousada ( ) Porto

SECCIÓN 1: DATOS DEMOGRÁFICOS

2. ¿Cuál es tu nacionalidad?

( ) Brasileña ( ) Francesa ( ) Argentina ( ) Estadounidense ( ) Chilena ( ) Otras

3. ¿Cuál es tu género?

( ) Femenino ( ) Masculino ( ) No binario ( ) Prefiero no declarar ( ) Otro

4. ¿Cuál es tu rango de edad?

( ) Menor de 18 ( ) 18 a 25 años ( ) 26 a 35 años ( ) 36 a 45 años ( ) 46 a 55 años ( ) Más de 56 años

SECCIÓN 2: INFORMACIÓN SOBRE EL VIAJE

5. ¿Con quién está viajando?

( ) Solo(a) ( ) Con la familia ( ) Con mi pareja ( ) Con amigos

6. ¿Cuál es el motivo de su estancia?

( ) Turismo ( ) Trabajo ( ) Celebración ( ) Otro

7. ¿Cuánto tiempo va a estar en la isla?

( ) 1 a 3 días ( ) 4 a 6 días ( ) 7 a 10 días ( ) Más de 10 días

8. ¿Cuántas veces ha visitado Fernando de Noronha?

( ) Es mi primera vez ( ) Dos veces ( ) Tres veces ( ) Cuatro veces ( ) Más de 4 veces

SECCIÓN 3: INGRESO Y TPA

9. ¿Conoce el Parque Nacional Marino de Fernando de Noronha?

( ) Sí ( ) No

10. ¿Sabe qué es la TPA (Tarifa de Preservación Ambiental)?

( ) Sí ( ) No

11. ¿Entiende la diferencia entre la TPA y la entrada al Parque Nacional Marino Fernando de Noronha, cobrada por Econoronha?

( ) Sí ( ) No

12. ¿Compró su entrada de forma presencial u online?

( ) Online ( ) Presencial

13. ¿Cómo evalúa el valor cobrado por la entrada al Parque Nacional Marino Fernando de Noronha?

( ) Muy barato ( ) Barato ( ) Justo ( ) Caro ( ) Muy caro

SECCIÓN 4: INFORMACIÓN Y OPINIONES SOBRE LA VISITA AL PARQUE

14. ¿Qué lugares turísticos ya ha visitado en Fernando de Noronha?

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim ( ) Otro

15. ¿Sabía que estos lugares turísticos forman parte del Parque Nacional Marino?

( ) Sí ( ) No

16. ¿Reservó alguna **ruta para senderismo**?

( ) Sí ( ) No

17. Si es así, ¿Cuál fue el medio de reserva?

( ) Online ( ) Presencial

18. ¿Cómo evalúa el **servicio de reserva de rutas**?

( ) Muy bueno ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Malo ( ) Muy malo

19. ¿Cómo evalúa el Parque Nacional Marino en cuanto a la **señalización**?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala

20. ¿Cómo evalúa el Parque Nacional Marino en cuanto a la **seguridad**?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala

21. ¿Cómo evalúa el Parque Nacional Marino en cuanto a la **preservación**?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala

22. Considerando los siguientes puntos turísticos: Playa de Sancho, Baía dos Porcos, Playa del León, Sendero de Atalaia, Enseada dos Abreus, Bahía del Sueste, Bahía de los Delfines, Capim Açu, Piscina Natural de São José, Punta de las Caracas, Pontinha Pedra Alta, Caiera, Sendero de São Joaquim. Evalúe el **mejor** y **peor** (si existe) en términos de señalización, mantenimiento y seguridad:

SEÑALIZACIÓN

Mejor:

Peor (si existe):

MANTENIMIENTO

Mejor:

Peor (si existe):

SEGURIDAD

Mejor:

Peor (si existe):

23. ¿Contrató a un **guía turístico** para los paseos?

( ) Sí ( ) No

24. Si es así, ¿sintió que contribuyó a su viaje?

( ) Sí ( ) No

25. ¿Cuál de estos servicios evalúa como el mejor?

( ) Monitores de sendero ( ) Recepción en el centro de visitantes ( ) Quioscos de acceso a las playas ( ) Puntos de información y control (PIC) ( ) Tiendas de recuerdos

26. ¿Hubo algún servicio que lo dejó insatisfecho? Si es así, ¿cuál?

R:

27. ¿Cómo evalúa el cuidado del parque con el medio ambiente?

( ) Muy bueno ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Malo ( ) Muy malo

SECCIÓN 5: PUNTOS DE INFORMACIÓN Y CONTROL (PIC)

28. ¿Sabes qué es el Punto de Información y Control (PIC)?

( ) Sí ( ) No

29. ¿Utilizaste algún PIC durante tu viaje?

( ) Sí ( ) No

30. ¿Con qué finalidad utilizaste el PIC?

( ) Información ( ) Compras en la tienda de recuerdos ( ) Cafetería ( ) Ducharse, Baño ( ) Recarga de la botella de agua de Econoronha ( ) No utilicé ( ) Otros

31. ¿Cómo evalúas la **ubicación** de los Puntos de Información y Control (PIC)?

( ) Muy bueno ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Malo ( ) Muy malo ( ) No utilicé el PIC

32. Si fuiste al PIC, ¿cómo evalúas la **atención** en el PIC?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala ( ) No utilicé el PIC

33. Si fuiste al PIC, ¿cómo evalúas la **infraestructura** en el PIC?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala ( ) No utilicé el PIC

SECCIÓN 6: EVALUACIÓN

34. ¿Cómo evalúas tu experiencia en el parque?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala ( ) No fui al Parque

35. ¿Cómo evalúas tu experiencia en la isla?

( ) Muy buena ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( ) Muy mala

36. En caso de que la respuesta anterior haya sido **regular**, **mala** o **muy mala**, ¿en qué aspecto podrían haber mejoras?

( ) Infraestructura ( ) Servicio ( ) Playas ( ) Señalización ( ) Senderos ( ) Reservaciones ( ) Tarifas ( ) Precios ( ) PIC ( ) Otro:_____

37. ¿Cuál fue el punto turístico del Parque Nacional Marino que más te gustó?

( ) PIC (Praia) do Sancho ( ) Baía dos Porcos ( ) PIC (Praia) do Leão ( ) Trilha da Atalaia ( ) Enseada dos Abreus ( ) PIC (Baía) do Sueste ( ) Baía dos Golfinhos ( ) Capim Açu ( ) Piscina Natural São José ( ) Ponta das Caracas ( ) Pontinha Pedra Alta ( ) Caiera ( ) Trilha São Joaquim

38. ¿Cuál fue el punto turístico de la isla que más te gustó?

R:

39. ¿Te gustaría agregar alguna sugerencia?

R:

2.2. Roteiro Qualitativo de Entrevista em Profundidade

Nesta edição, continuamos com o processo de pesquisa qualitativa para o aprofundamento e maior detalhamento de informações. Diferentemente da pesquisa anterior, foi acrescentada a etapa 4 que tem como objetivo analisar

não só o site do Parnamar, mas também todo o processo de compra de ingressos online.

Etapa 1 - Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha

Objetivo:

- Entender o desconhecimento acerca do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha;
- Entender a eficiência dos guias turísticos e informativos em transmitir informações sobre a ilha.

Perguntas:

1. Durante sua estadia, você teve acesso a materiais informativos? Algum deles mencionava a existência do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha?
2. Se sim, para que eles foram mais úteis? E o que você fez com o material depois do uso?
3. Você fez algum passeio/tour com guia turístico?
4. Se sim, como foi sua experiência?
5. Ele(a) mencionou ou comentou sobre o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha? De que forma?

6. Qual a sua opinião sobre o pagamento de um ingresso para o acesso e visitação do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha? Você entende o motivo de tal valor?
7. Você agendou alguma trilha? Se sim, como foi sua experiência?
8. Diante da sua experiência com o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, você tem alguma reclamação, sugestão ou elogio?

Etapa 2 - Posto de Informação e Controle

Objetivo:

- Avaliar o nível de conscientização dos visitantes do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha a respeito do PIC, e identificar as possíveis causas da falta de conhecimento do mesmo;
- Compreender a eficácia das estratégias de sinalização e orientação utilizadas para informar sobre o PIC.

Perguntas:

(Antes explicar o que é PIC)

1. Durante sua estadia, você teve acesso a materiais informativos que mencionaram a existência do PIC?
2. (Mostrar os materiais informativos) Você sente que esse material cumpriu sua função? Por que?

3. O parque tem placas espalhadas, você viu alguma dessas placas?
4. Se sim, conseguiu entender o que elas estavam sinalizando? Me conta uma que você viu.
5. Você escutou outros falarem sobre o PIC durante sua estadia? Como foi mencionado e qual foi a explicação?

Etapa 3 - Squeeze e Motivo da viagem

Objetivo:

- Avaliar o nível de conscientização dos visitantes acerca do squeeze vendido nos PICs;
- Compreender os principais motivos que levaram os visitantes a escolherem Fernando de Noronha como destino de viagem, contribuindo para o aprimoramento de estratégias de marketing e promoção da ilha.

Perguntas:

1. Qual foi o principal motivo que te levou a escolher Fernando de Noronha como destino de viagem?
2. Você sabe da existência dessa garrafinha squeeze à venda? (mostrar)
3. Se sim, você sabe o motivo da criação e comercialização dessas garrafinhas na ilha?
4. Você comprou a garrafa squeeze de Fernando de Noronha?

a. Se não, por qual motivo? O que faria você comprar?

b. Depois dessa conversa, você compraria?

Etapa 4 - Compra online de Ingressos do Parque Nacional Marinho

Objetivo:

- Avaliar a experiência do usuário no site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha para a compra de ingressos online.
- Identificar possíveis dificuldades ou obstáculos encontrados pelos usuários durante o processo de compra.

Perguntas:

1. Como foi sua experiência ao comprar o ingresso para o parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha?
2. Você achou o processo de pagamento do ingresso fácil e intuitivo, ou enfrentou alguma dificuldade?
3. Você sentiu que o site ou plataforma de pagamento do ingresso oferece informações claras sobre os valores, prazos e métodos de pagamento aceitos?
4. Você teve alguma dificuldade em entender as etapas necessárias para concluir o pagamento e emissão online? Se sim, em que aspectos?

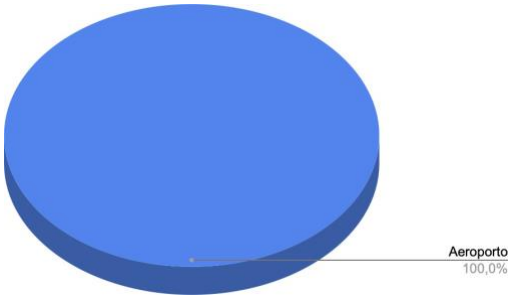
5. Você recebeu um comprovante imediato do pagamento do ingresso após concluir a transação online?
6. Você teve algum problema relacionado à validação ou comprovação do ingresso do parque durante sua estadia na ilha?
7. Considerando sua experiência, você tem alguma sugestão ou recomendação para melhorar o processo de pagamento e emissão do ingresso para o Parque Nacional Marinho?

3. Análises de Dados

1. Local onde a pesquisa foi aplicada (preenchimento interno)

Primeiramente, é essencial coletar informações relacionadas ao local onde os formulários foram aplicados em Fernando de Noronha, a fim de estabelecer o contexto para as análises subsequentes. Isto posto, o preenchimento desta questão foi feito pela equipe.

Gráfico 1: Local de aplicação



Amostra coletada: 402 respondentes

Assim como nas edições anteriores, o formulário foi aplicado integralmente no **Aeroporto** de Fernando de Noronha. Tal escolha acontece porque a sala de embarque do Aeroporto é o último lugar da Ilha que o visitante passa, sendo assim, o mesmo já tem opinião formada sobre sua experiência dentro e fora do parque.

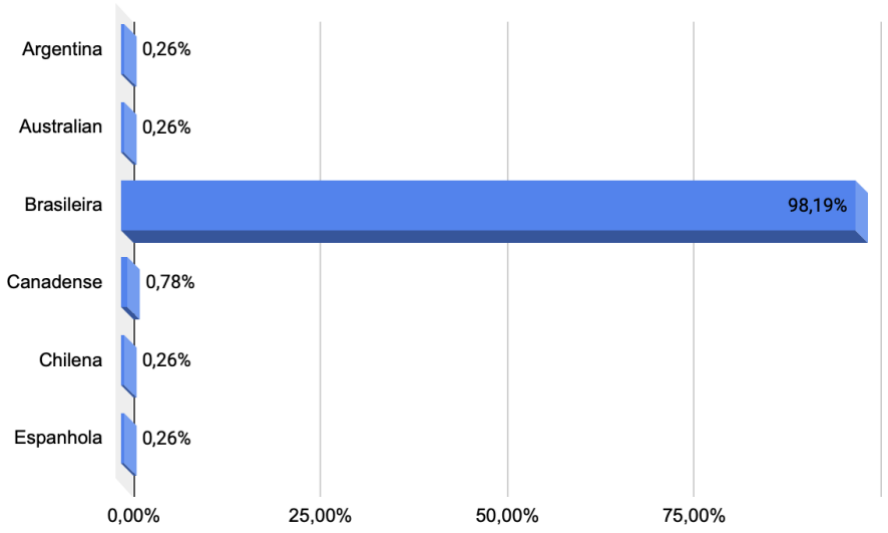
3.1 SEÇÃO 1: DADOS DEMOGRÁFICOS

Esta seção visa entender o perfil demográfico dos respondentes por meio de dados como: nacionalidade, gênero e idade. Visando assim, entender as preferências do público para que o parque possa atender a todos os visitantes e traçar estratégias com base nos padrões de perfil.

2. Qual sua nacionalidade?

A nacionalidade é essencial para entender o perfil demográfico dos respondentes. Pois dessa maneira, é possível compreender costumes e hábitos, além de adaptar as atrações do parque com base nos diferentes perfis de visitantes.

Gráfico 2: Nacionalidade



Amostra válida: 387 respondentes

Assim como nas pesquisas anteriores, a maioria dos respondentes são de origem nacional, nesse caso, **98,19%** são **brasileiros**. Isso se deve ao fato de Fernando de Noronha fazer parte do território nacional e ter se tornado um destino de desejo por suas belezas naturais, principalmente, nos últimos anos.

Além disso, a pesquisa também identificou a presença de turistas de outras nacionalidades, sendo esses, **argentinos**, **australianos**, **chilenos** e **espanhóis** citados apenas uma vez e **canadenses** citados três vezes. A diversidade de nacionalidades é essencial para que o parque possa compreender o perfil do público estrangeiro e se adaptar caso seja necessário.

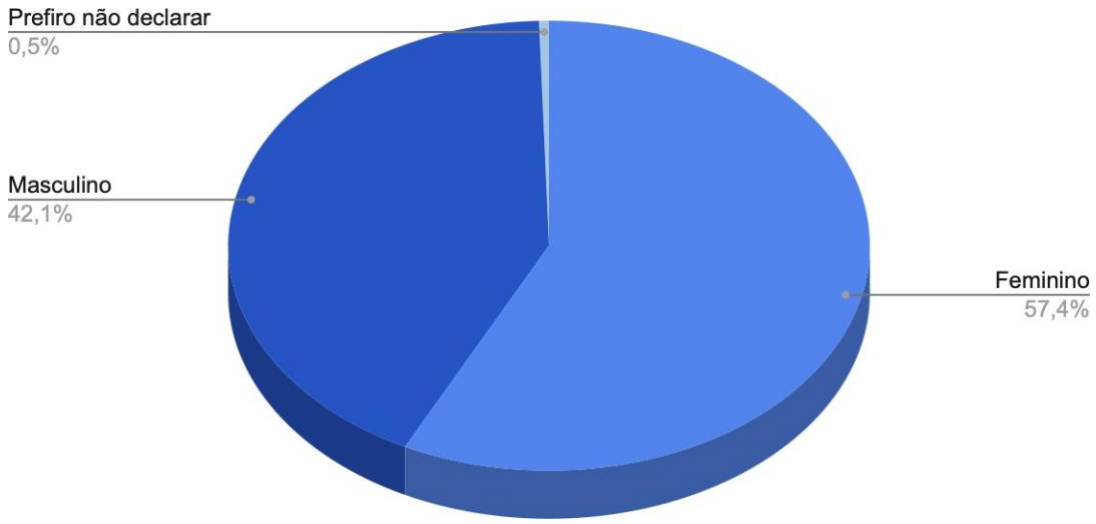
Diante do exposto, fica claro que, assim como nas pesquisas anteriores realizadas em setembro e dezembro de 2023, os brasileiros permanecem

sendo a nacionalidade mais representativa quando se trata dos turistas de Fernando de Noronha.

3. Qual seu gênero?

Assim como as outras perguntas da seção, essa é uma pergunta importante para compreender o perfil do público e futuramente entender suas preferências aliadas aos gêneros a qual se identificam.

Gráfico 3: Gênero



Amostra válida: 401 respondentes

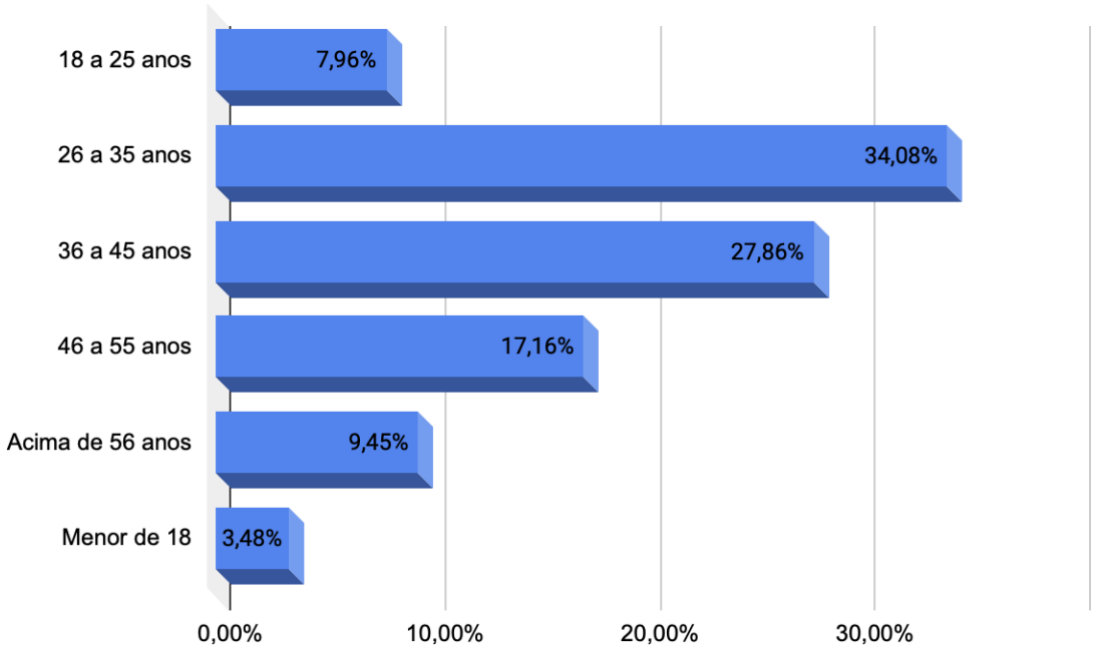
Quanto ao gênero dos visitantes, percebe-se que na amostra analisada a prevalência foi a opção **feminino**, representando **57,4%** dessas pessoas. Em seguida, está o gênero **masculino** representando **42,1%** do público analisado.

Em comparação às pesquisas anteriores, é possível ver uma semelhança na predominância feminina. Em dezembro de 2023, o público feminino representava **55,1%,** enquanto o público masculino representava **44,7%**. Quando se trata da edição de setembro de 2023, ainda há a predominância do público feminino, sendo representado por **51,78%** e o público masculino por **47,40%**.

4. Qual é a sua faixa etária?

Informações acerca da faixa etária do público são necessárias para entender suas preferências, além de suas necessidades e desejos. Dessa forma, o Parque Nacional Marinho pode compreender melhor as particularidades dos grupos etários e direcionar seus esforços para atendê-los.

Gráfico 4: Faixa etária



Amostra válida: 402 respondentes

De acordo com o gráfico, a maior parte dos respondentes possuem entre **26 a 35 anos**, com um percentual de **34,08%,** e em segundo lugar temos os entrevistados entre **36 a 45 anos** que representam **27,86%**. Os visitantes entre **46 e 55 anos** representam **17,16%**, aqueles **acima de 56 anos** representam **9,45%,** enquanto os turistas entre **18 e 25 anos** representam **7,96%.** E os **menores de 18 anos** constituem a menor fração da amostra, sendo **3,48%** dos respondentes.

Assim como na pesquisa realizada em dezembro de 2023, a posição dos grupos etários são semelhantes apesar das diferenças percentuais.

- Menor de 18: 3,48% em **abril** e 6,85% em **dezembro** de 2023.
- 18 a 25 anos: 7,96% em **abril** e 10,41% em **dezembro** de 2023.
- 26 a 35 anos: 34,08% em **abril** e 29,04% em **dezembro** de 2023.
- 36 a 45 anos: 27,86% em **abril** e 27,40% em **dezembro** de 2023.
- 46 a 55 anos: 17,16% em **abril** e 16,99% em **dezembro** de 2023.
- Acima de 56 anos: 9,45% em **abril** e 9,32% em **dezembro** de 2023.

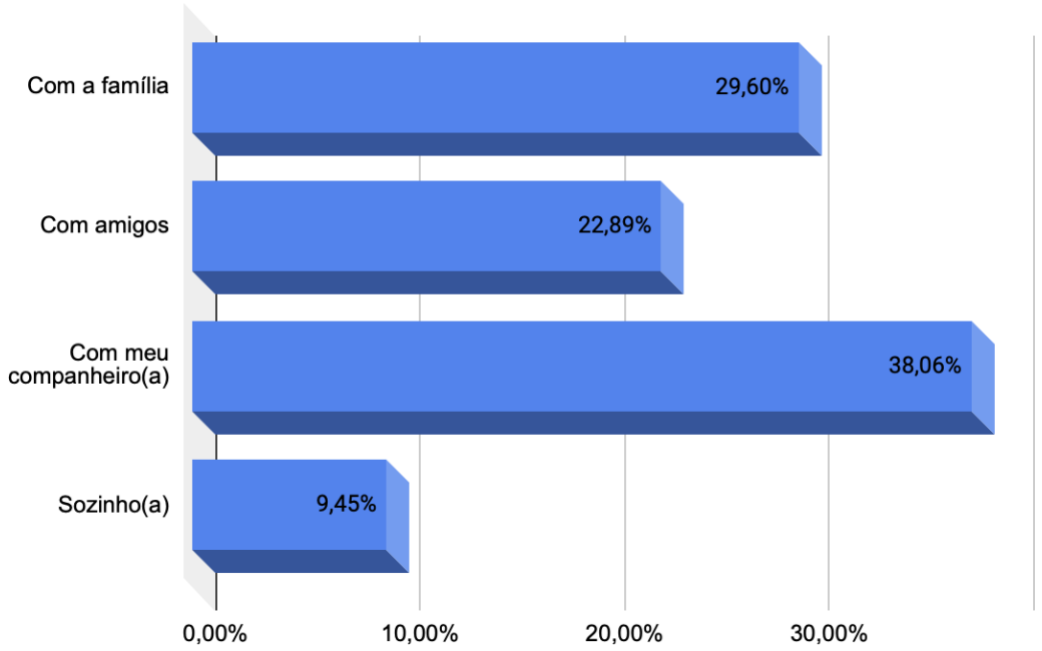
3.2 SEÇÃO 2: INFORMAÇÕES SOBRE A VIAGEM

A segunda etapa da pesquisa aborda as características da estadia, como possíveis acompanhantes e período de duração, com o intuito de entender as motivações para a viagem e enxergar padrões entre os respondentes.

5. Com quem você está viajando?

Esta pergunta foi formulada buscando compreender as diferentes dinâmicas de grupos dos viajantes, uma vez que as necessidades de um casal, por exemplo, podem ser diferentes das de uma família. A partir das informações coletadas nesta pergunta, é possível atender a estas distintas experiências por meio de uma cartela ampla de abordagem e serviços.

Gráfico 5: Companhia de viagem



Amostra válida: 402 respondentes

A maioria dos entrevistados, representados por **38,06%**, viajaram acompanhados de seu(sua) **companheiro**(a), **29,60%** viajaram com a **família** enquanto **22,89%** viajaram com os **amigos** e **9,45%** viajaram **sem companhia** alguma.

Diante do exposto, é possível perceber que houve um **aumento** significativo da percentagem daqueles que viajaram com **amigos**, considerando que anteriormente, em dezembro, esse percentual era de 12,0%.

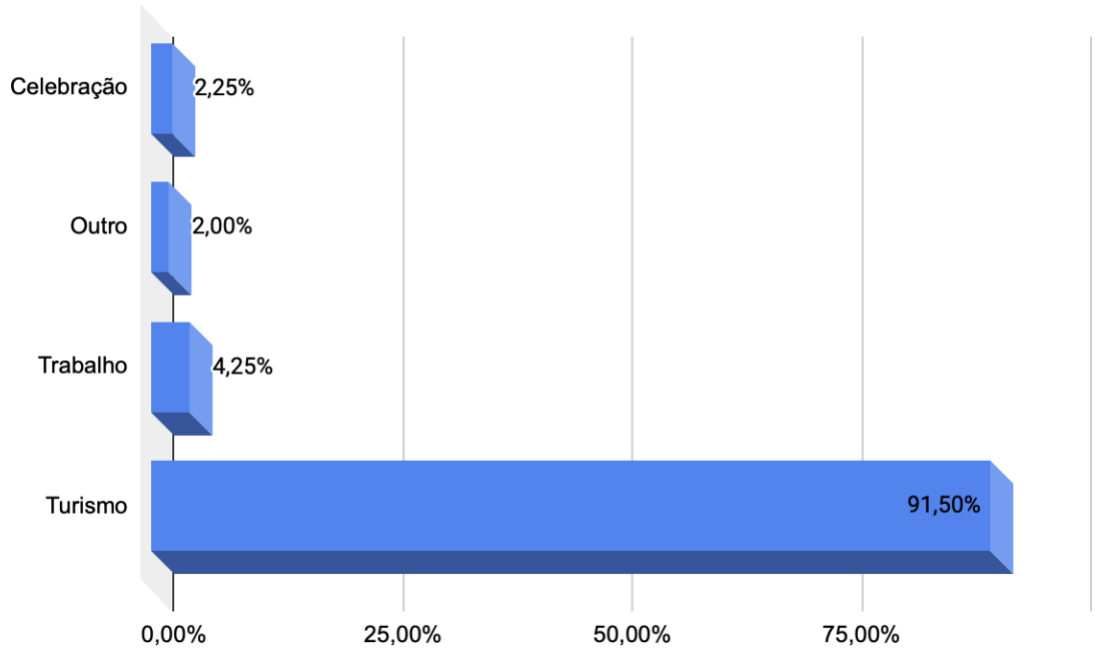
Vale ressaltar que existem padrões que se repetem, como por exemplo, tanto na amostra atual quanto nas amostras realizadas em dezembro e setembro de 2023, turistas acompanhados de **companheiros (as)** ocuparam a

maior percentagem das amostras em questão. Todavia, desde setembro de 2023 houve uma queda na percentagem desta opção; nesse mês os entrevistados que viajavam com os companheiros representavam **mais da metade da amostra (53,12%)**, em **dezembro de 2023** representavam **45,1%** e na **amostra atual** representam **38,06%**.

6. Qual o motivo da sua estadia?

O motivo da estadia pode ser importante para entender as expectativas por trás da escolha do destino de Fernando de Noronha e do Parque Nacional Marinho.

Gráfico 6: Motivo da viagem



Amostra válida: 400 respondentes

Assim como em dezembro de 2023, o **turismo** ocupa a maior percentagem quando se trata das razões da estadia, representando **91,50%** das respostas. Tal fato se deve ao fator de Fernando de Noronha ser conhecido mundialmente como um destino paradisíaco e por isso faz parte dos desejos dos turistas quando se trata de destinos de viagens.

Em contrapartida, o trabalho representa **4,25%** na amostra atual, porém, em dezembro de 2023 o mesmo representava 6,6%, enquanto em setembro de 2023 representava 6,78%. A celebração representa **2,25%** e **"outro"** representa **2%**. Dessa maneira, fica claro que o turismo segue como a principal motivação dos viajantes.

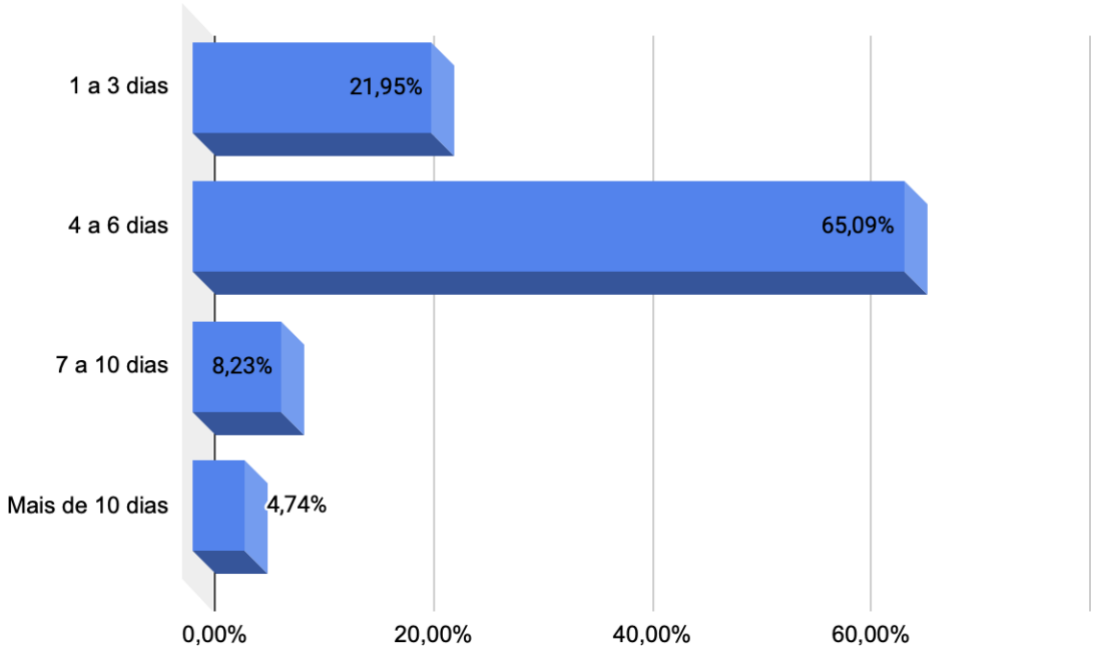
Entretanto, quando comparado com **dezembro** de 2023, há uma queda na motivação "**celebração"**, que antes ocupava a segunda posição com 10,7% dos votos e uma diferença em **trabalho** que antes representava 6,6%. Além disso, o turismo também ocupava a maior parcela da amostra, com 81,8%.

Ao analisar **setembro** de 2023, observa-se que o turismo representava uma maioria expressiva com 82,38%. Além do turismo, um número significativo de pessoas escolheu Fernando de Noronha para ocasiões especiais, com 10,84% dos respondentes mencionando celebrações e uma parcela menor, representando 6,78% dos respondentes, visitou a ilha por motivos de trabalho.

7. Quanto tempo você tem de estadia na ilha?

Esta pergunta tem como objetivo entender quanto tempo o entrevistado passou em Fernando de Noronha e como isso influenciou em sua experiência na Ilha e no Parque.

Gráfico 7: Estadia na Ilha



Amostra válida: 401 respondentes

Quando se trata de tempo de estadia, de acordo com o gráfico, a opção de **4 a 6 dias** ocupa a maior percentagem representando **65,09%** dos visitantes; em seguida vê-se a opção de **1 a 3 dias** representando **21,95%** e logo após, de **7 a 10 dias** e mais de **10 dias**, respetivamente representando **8,23%** e **4,74%** das respostas.

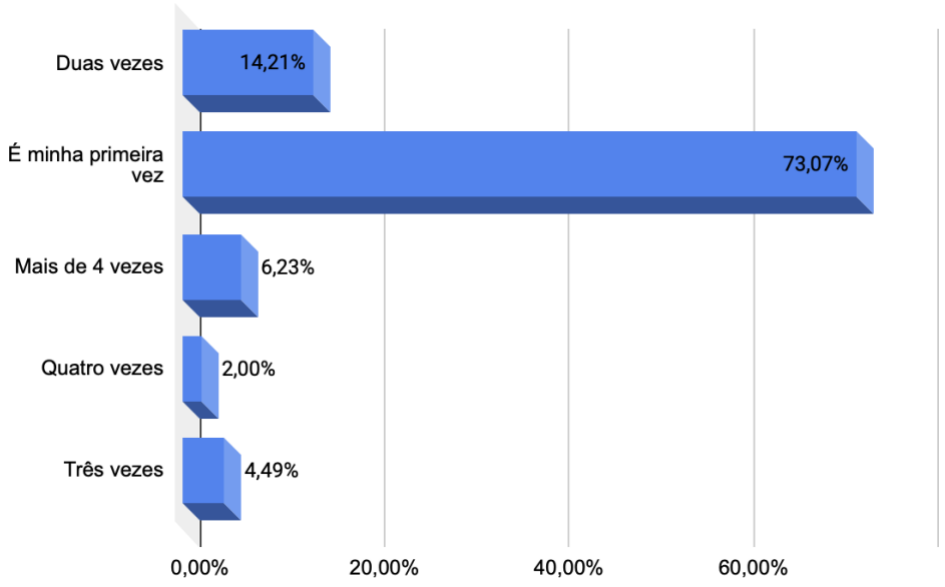
Ao comparar estes dados com a última pesquisa realizada, em dezembro de 2023, é percetível um aumento, em abril, no tempo de estadia na ilha de 1 a 3 dias e de 4 a 6 dias, que anteriormente representavam, respetivamente, **14,8%** e **60%** dos visitantes. No entanto, ocorreu uma diminuição expressiva no percentual de visitantes que tinham como duração da

estadia 7 a 10 dias - em dezembro, este percentual era de **21,9%**. No entanto, essa diminuição é compreensível, considerando que dezembro trata-se de um mês onde geralmente as pessoas possuem férias escolares e de trabalho, possibilitando uma estadia com duração mais longa.

8. Quantas vezes você já visitou Fernando de Noronha?

Por meio desta pergunta, objetiva-se entender a frequência e principalmente, se o nível de satisfação gera fidelização e retorno.

Gráfico 8: Frequência em Fernando de Noronha



Amostra válida: 401 respondentes

Seguindo o padrão das últimas pesquisas, a maior percentagem é representada por aqueles que viajaram para Fernando de Noronha pela

primeira vez (**73,07%**). Em seguida estão aqueles que já foram uma vez e estão aproveitando o local pela **segunda vez,** representados por **14,21%**; os que estão em sua **terceira** experiência com o destino representam **4,49%** e os que já visitaram **mais de 4 vezes** e **quatro vezes**, representam respetivamente, **6,23%** e **2%**.

De acordo com os dados apresentados, **o percentual de visitantes que vão a Fernando de Noronha pela primeira vez tem aumentado a longo prazo.** Em julho de 2023, esse número era de 69,3%, subindo para 71,47% em setembro de 2023 e chegando a 73,07% em abril de 2024. Este crescimento constante pode indicar que a ilha está se tornando cada vez mais popular entre novos turistas. Entretanto, observa-se uma diminuição ao compararmos o mês de abril de 2024 com dezembro de 2023, o percentual de visitantes que visitaram a Ilha pela primeira vez em dezembro de 2023 era de 75,7% e atualmente representa 73,07%.

Por outro lado, **a proporção de visitantes recorrentes se mantém com números semelhantes**. Em julho de 2023, 14% dos visitantes estavam em sua segunda visita, 4% estavam na terceira, e 6% tinham ido quatro ou mais vezes. No entanto, em abril de 2024, os visitantes pela segunda vez representavam 14,7%, a terceira visita caiu para 4,49%, e apenas 2% tinham ido quatro vezes. O percentual daqueles que foram mais de quatro vezes também teve uma pequena queda para 6,23%. Essa similaridade existente entre as porcentagens de visitantes recorrentes sugere que não há mudanças significativas quando se trata da frequência daqueles que visitaram a Ilha.

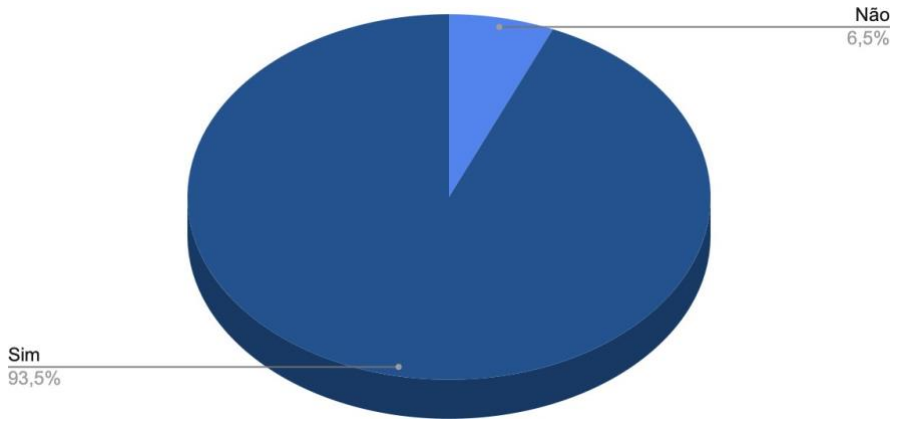
3.3 SEÇÃO 3: INGRESSO E TPA

Essa seção aborda questões relacionadas ao preço de entrada no Parque Nacional Marinho e à Taxa de Preservação Ambiental, procurando entender quão claras são essas informações para os turistas, bem como suas percepções sobre esses tópicos. Esses dados são importantes para avaliar as estratégias de cobrança e o nível de conhecimento dos visitantes sobre o parque e a TPA, ambos elementos, praticamente, indispensáveis para a experiência em Fernando de Noronha.

9. Você conhece o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha?

Esta pergunta visa avaliar quanto os turistas conhecem sobre o Parque Nacional Marinho, permitindo assim analisar a eficácia das estratégias de comunicação e identificar se é necessário ajustá-las ou intensificá-las.

Gráfico 9: Nível de conhecimento do Parque



Amostra válida: 400 respondentes

A **familiaridade** com o Parque Nacional Marinho tem se mostrado majoritária, com **93,5%** da amostra atual dizendo que o conhecem, em comparação com **6,5%** que responderam **"não"**. Esses números são superiores ao resultado de **dezembro** de 2023, que indicava **91,8%** de familiaridade, com **8,2%** de **desconhecimento**.

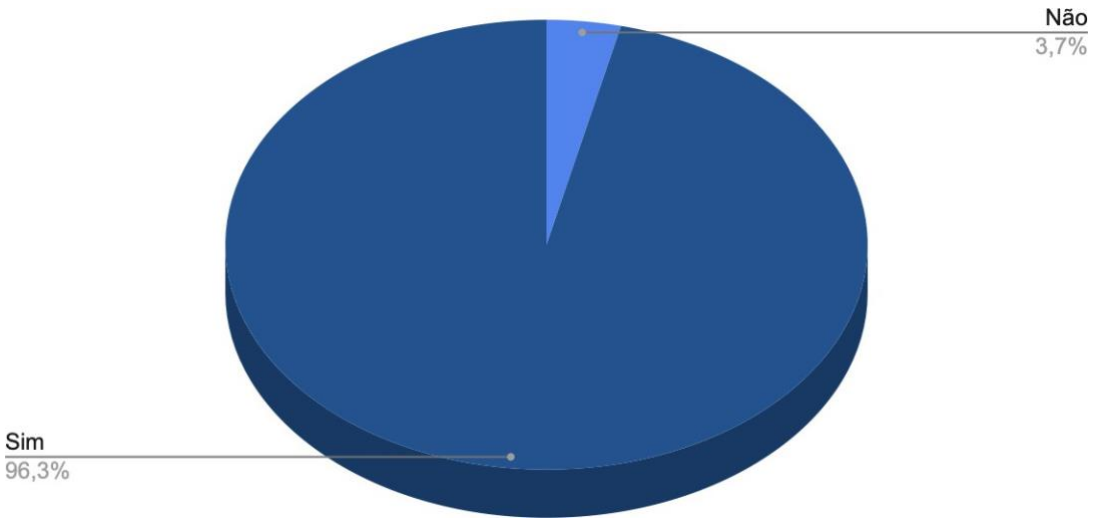
Ao analisar os dados referentes ao ano de 2023, observamos uma queda na familiaridade com o Parque Nacional Marinho em Fernando de Noronha durante os primeiros meses do ano: 91,4% em março, 89,1% em julho e 87,2% em setembro. No entanto, houve uma recuperação em dezembro, quando a taxa de familiaridade atingiu 91,8%, sendo a mais alta de 2023. O **crescimento** continuou no início de 2024, com uma taxa de familiaridade de 93,5% em **abril**, mostrando que a **tendência de aumento** de conhecimento sobre o parque prosseguiu após a recuperação no segundo semestre de 2023.

Esses resultados sugerem que as estratégias de comunicação do parque voltaram a ter impacto. Manter e até intensificar esses esforços é fundamental para garantir que a familiaridade com o parque continue a crescer e que cada vez mais visitantes tenham conhecimento da importância do Parque Nacional Marinho.

10. Você sabe o que é TPA (Taxa de Preservação Ambiental)?

Esta questão tem como objetivo medir o grau de conhecimento dos visitantes de Fernando de Noronha em relação à TPA e seu papel na preservação da ilha.

Gráfico 10: Nível de conhecimento da TPA



Amostra válida: 402 respondentes

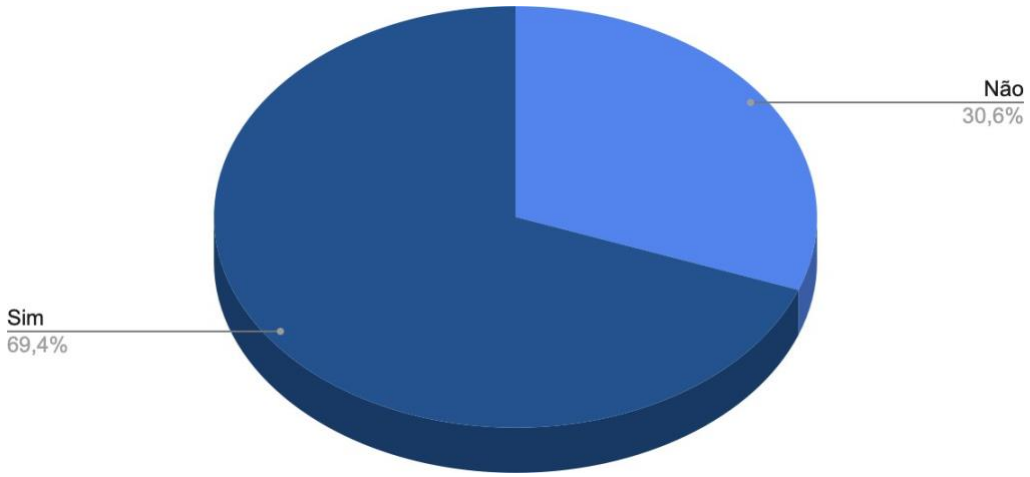
O gráfico mostra que a grande maioria dos visitantes estão cientes da Taxa de Preservação Ambiental (TPA), com **96,3%** afirmando conhecê-la, enquanto apenas **3,7%** dizem não saber o que é. Esses números indicam um alto grau de conscientização entre os turistas em relação à taxa, sugerindo que as estratégias de comunicação para educar os visitantes sobre a TPA têm sido eficazes. Além disso, o fato da maioria dos respondentes possuírem familiaridade com essa taxa está diretamente associado à obrigatoriedade do seu pagamento para a entrada e permanência de visitantes na Ilha. É possível indicar um aumento no nível de conhecimento da TPA, considerando que em

dezembro de 2023, o percentual de visitantes que conheciam a taxa era de **95,1%**.

11. Você entende a diferença entre a TPA e o ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha, cobrado pela Econoronha?

O objetivo desta questão é medir a compreensão dos visitantes em relação a duas taxas distintas: a do Parque Nacional Marinho e a Taxa de Preservação Ambiental (TPA). O resultado indicará o grau de clareza e transparência com que essas informações são apresentadas ao público, permitindo também avaliar a eficácia do sistema de comunicação referente a esses custos.

Gráfico 11: Diferença entre TPA e ingresso



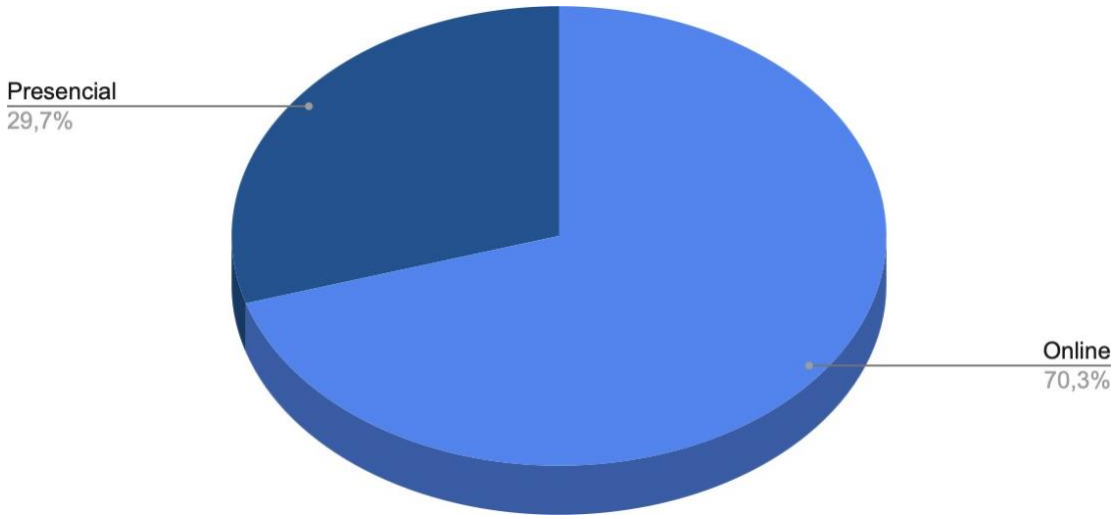
Amostra válida: 395 respondentes

A análise do gráfico indica que a maioria dos entrevistados compreende a diferença entre a Taxa de Preservação Ambiental (TPA) e o ingresso para o Parque Nacional Marinho, com **69,4%** confirmando sua familiaridade com essa distinção. Esse resultado sugere que as informações sobre cada custo são relativamente claras e transparentes. Por outro lado, **30,6%** dos entrevistados não estão cientes da diferença das taxas.

12. Você comprou o seu ingresso de forma online ou presencial?

Esta questão busca entender como os entrevistados preferem comprar seus ingressos, possibilitando a identificação de tendências e preferências nos canais de compra. Com base nisso, a pergunta fornece insights úteis para aprimorar e otimizar os diferentes meios de aquisição, tornando-os mais eficazes para atender às expectativas dos turistas.

Gráfico 12: Modalidades de compra de ingresso



Amostra válida: 390 respondentes

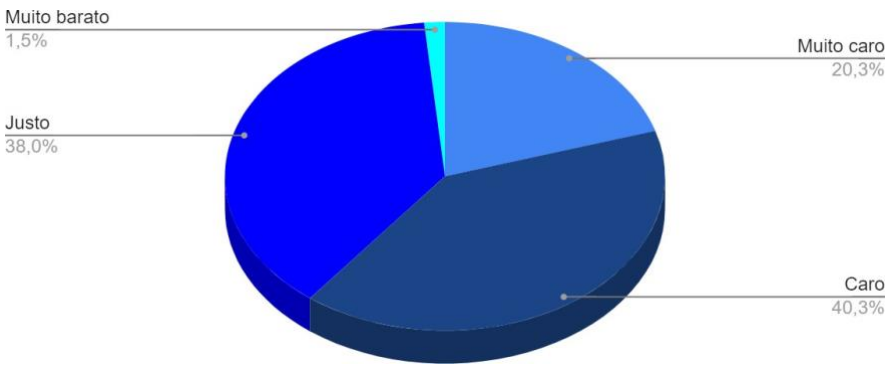
O gráfico apresentado mostra que a maioria dos respondentes prefere comprar ingressos **online**, com **70,3%** das respostas indicando essa opção. Essa preferência pode ser atribuída à facilidade e conveniência das compras virtuais, que permitem aos turistas planejar suas viagens com antecedência, além de poder fazê-lo do conforto de suas casas. Por outro lado, **29,7%** dos entrevistados escolhem a compra **presencial**.

É importante destacar a manutenção, nesta questão, dos resultados da pesquisa de dezembro de 2023, com uma variação extremamente baixa, de apenas 0.01 pontos percentuais. Nesta ocasião, o número de pessoas que compravam os ingressos online era de **70,4%**, e presencialmente, de **29,6%**. Dessa forma, evidencia-se um padrão que vem se repetindo ao longo do tempo no que tange aos hábitos e meios de compra.

13. Como você avalia o valor cobrado pelo ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha?

A questão analisada possui como objetivo identificar a opinião dos turistas sobre o valor do ingresso para o Parque Nacional Marinho, orientando possíveis ajustes para garantir que a experiência dos visitantes esteja alinhada com o valor cobrado.

Gráfico 13: Perceção do valor cobrado pelo ingresso



Amostra válida: 395 respondentes

A percepção sobre o preço do ingresso do Parque Nacional Marinho é concentrada com uma maioria dos entrevistados descrevendo-o como **"Caro"** ou **"Muito caro"**; ao somar os percentuais obtêm-se **60,6%** das respostas. Porém, mesmo a categoria **"Caro"** liderando com **40,3%** das respostas, ela é seguida por **"Justo"** com **38%**. O **"Muito caro"** vem em terceiro colocado com **20,3%.** Apenas uma pequena parcela, 1,5%, considera o preço **"Muito barato".**

Em dezembro de 2023, a percepção do preço do ingresso do Parque Nacional Marinho mostrou sinais de descontentamento. Embora a categoria "Caro" ainda seja a mais comum, com 40% das respostas, a opção "Muito caro", em dezembro de 2023 representava 26,1% e 21,88% em setembro de 2023. Ao mesmo tempo, a parcela que considera o preço "Justo" permaneceu em 33,24% tanto em setembro quanto em dezembro. A categoria "Caro" caiu de 43,77% em setembro para 40% em dezembro, enquanto apenas 1,1% considerou o preço "Barato" nas duas amostras anteriores.

Diante desse cenário, é importante ressaltar a **mudança na pergunta** realizada pela equipe da pesquisa atual que, dentre outros fatores, pode ter influenciado positivamente os resultados. Antes, a ordem das opções era "muito caro", "caro", "justo", "barato" e "muito barato". A nova estrutura inverteu a ordem para "muito barato", "barato", "justo", "caro" e "muito caro". A mudança de estrutura pode ter sido associada a um aumento na porcentagem de respostas que consideram o preço **"justo"**, que agora representa **38%**, em comparação com 33,24% antes da alteração. Além disso, a opção **"caro"** e **"muito caro"** representavam 39,56% e 26,1% respectivamente e agora representam **40,3%** e **20,3%.**

Essa reorganização das alternativas pode ter ajudado a reduzir a influência do viés da primeira opção, levando os entrevistados a reconsiderar suas respostas. No entanto, deve-se analisar as respostas nas pesquisas posteriores de 2024, a serem aplicadas com o mesmo modelo de alternativas, para averiguar se corresponde, de fato, a um padrão, considerando que o perfil de público da amostra em questão também pode ter influenciado nos novos resultados.

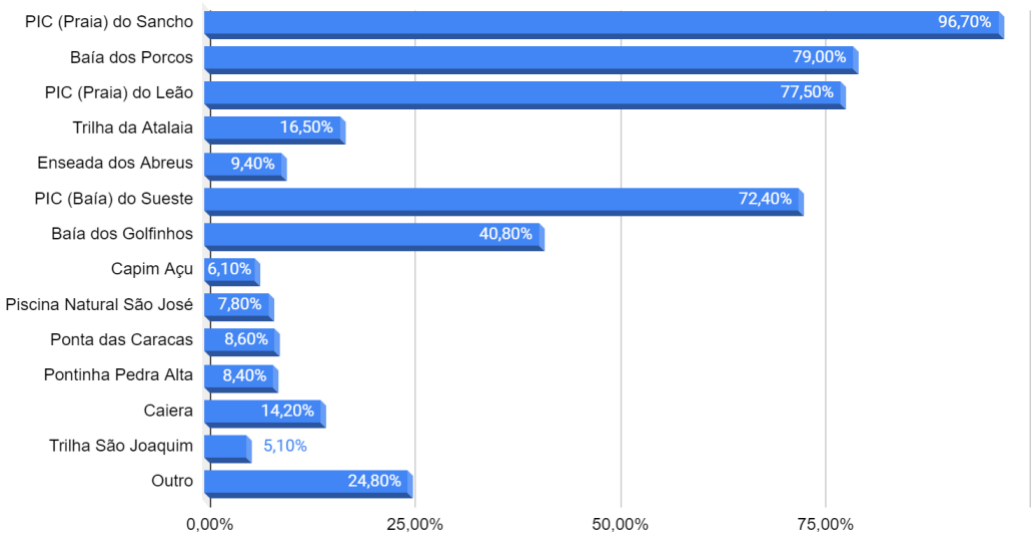
3.4 SEÇÃO 4: INFORMAÇÕES E OPINIÕES SOBRE A VISITA AO PARQUE

Na quarta seção da pesquisa, analisa-se o universo das informações e opiniões que os visitantes têm sobre sua experiência no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha. É uma seção fundamental, que oferece insights sobre como os visitantes percebem o parque, os serviços oferecidos e os agendamentos.

14. Quais pontos turísticos você já visitou em Fernando de Noronha?

O objetivo inicial da pergunta 14 é mensurar quais os pontos mais visitados do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha.

Gráfico 14: Pontos Turísticos mais visitados



Amostra Válida: 395 respondentes

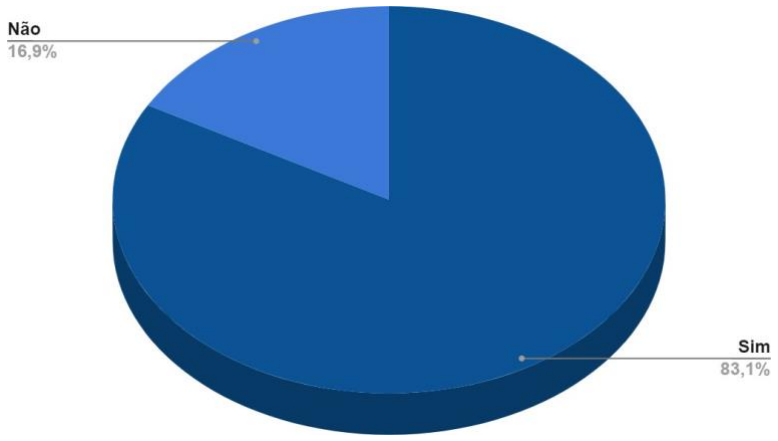
A partir da representação gráfica, é possível perceber que a **Praia do Sancho**, em relação às pesquisas anteriores, continua sendo o ponto turístico mais visitado pelo público, com uma taxa de **96,7%** de visitação. No que diz respeito aos outros pontos, os visitantes continuam dando preferência para os mesmos locais, com destaque para a **Baía dos Porcos**, com uma taxa de **79%** de visitação, **Praia do Leão**, com **77,5%**, e **Baía do Sueste**, com **72,4%**.

Como ponto menos visitado foi possível identificar, assim como na pesquisa de dezembro de 2023, a **Trilha São Joaquim**, que apenas **5,1%** dos entrevistados alegam terem visitado o local, expressando um percentual menor do que nas duas últimas pesquisas de 2023 (setembro - 6,4%, dezembro - 7,4%). Em seguida, os menos visitados foram **Capim Açu** (**6,1%**), **Piscina Natural São José** (**7,8%**) e **Pontinha Pedra Alta** (**8,4%**).

15. Você sabia que esses pontos turísticos faziam parte do Parque Nacional Marinho?

Após a compreensão dos pontos turísticos mais visitados, essa pergunta possui como objetivo entender qual o nível de conhecimento dos turistas em relação ao Parque.

Gráfico 15: Conhecimento sobre os pontos turísticos do Parque



Amostra válida: 397 respondentes

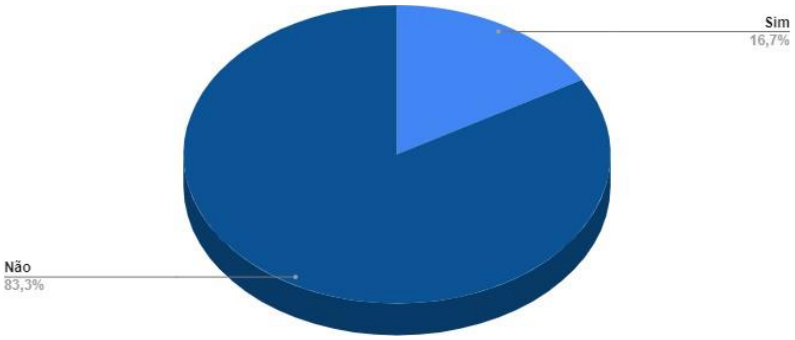
É possível identificar um resultado positivo nas respostas dos entrevistados: as pessoas que reconhecem os pontos turísticos como pertencentes ao Parque equivalem a **83,1%** das respostas, percentual maior do que o apresentado na pesquisa de dezembro de 2023 (**82,3%**), representando uma melhora no nível de conhecimento dos visitantes, visto que apenas **16,9%** não possui o conhecimento sobre a inclusão desses pontos. É importante destacar uma evolução constante desse indicador, considerando que em julho

e setembro de 2023 o percentual de pessoas que reconheciam os pontos eram, respectivamente, de **76,9%** e **80,7%**. Dessa maneira, evidencia-se que o reconhecimento sobre a Parnamar está em crescente aumento nos últimos trimestres.

16. Você agendou alguma trilha?

A pergunta possui o intuito de entender quantas pessoas dentro do público se interessam pelo serviço de trilhas, efetivando um agendamento.

Gráfico 16: Agendamento de Trilhas



Amostra Válida: 395 respondentes

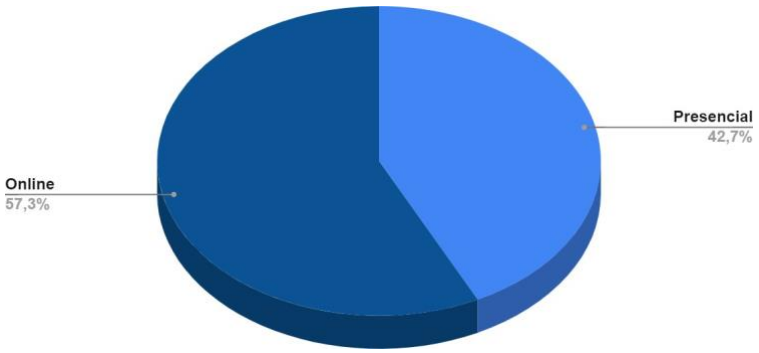
Em relação ao agendamento de trilhas, **83,3%** dos respondentes afirmaram **não ter agendado** esse serviço, número significativamente maior que o representado na pesquisa anterior (**65,6%**), de dezembro de 2023.

Apenas **16,7%** dos entrevistados alegam ter agendado alguma trilha.

17. Se sim, qual foi o meio de agendamento?

Ao saber quantas pessoas dentro do público se interessam pelo serviço de trilhas, torna-se necessário mensurar qual o meio de agendamento mais utilizado.

Gráfico 17: Meio de Agendamento de Trilhas



Amostra Válida: 75 respondentes

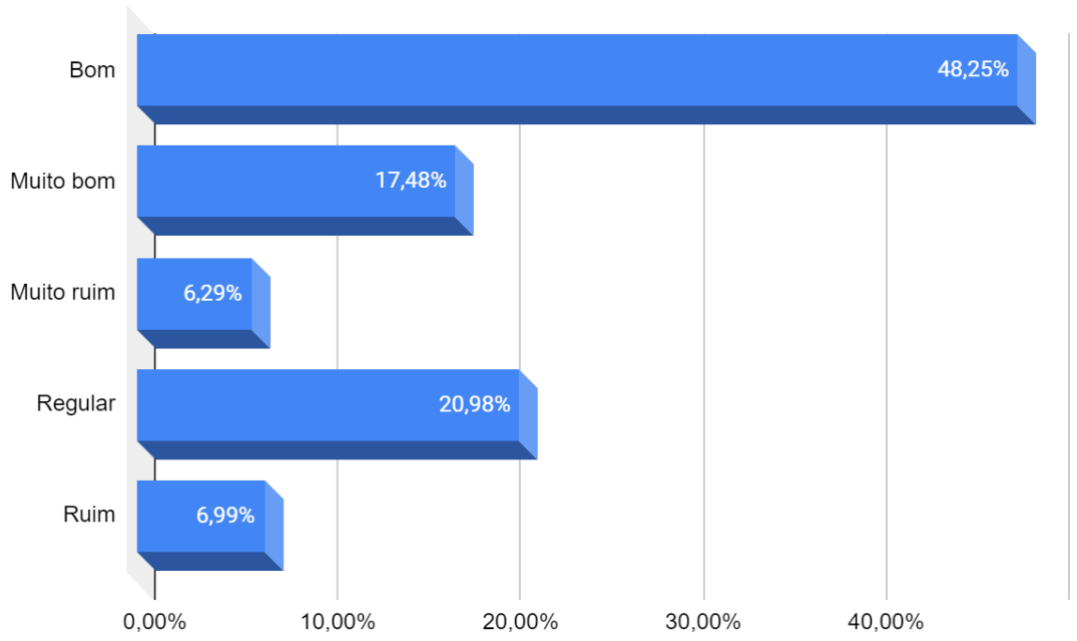
Quando questionados sobre o meio de agendamento da trilha, é notável que o número de agendamentos **online** prevaleceu, com **57,3%** dos entrevistados. O agendamento **presencial**, no entanto, apresentou um aumento desde a pesquisa de dezembro de 2023 (37,1%), com o percentual de respondentes de **42,7%**.

Esse fator se apresenta como positivo, visto que a otimização de ambos os processos de agendamento alcançou resultados.

18. Como você avalia o serviço de agendamento de trilhas?

Essa pergunta visa entender melhor o nível de satisfação dos visitantes em relação ao agendamento de trilhas.

Gráfico 18: Avaliação do Agendamento de Trilhas



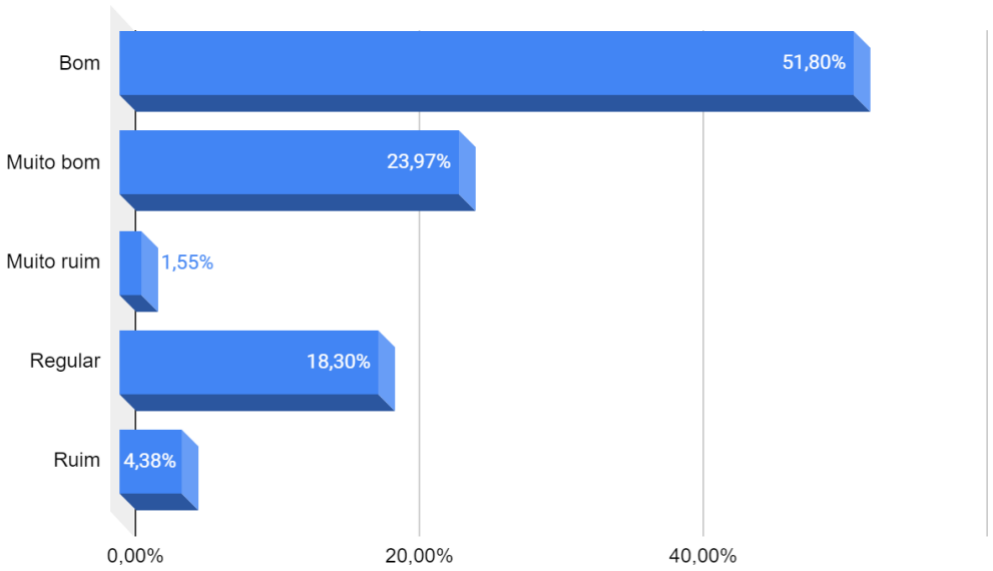
Amostra Válida: 143 respondentes

No que se refere à satisfação do público com o serviço de agendamento de trilhas, pôde-se observar que a prevalência de respostas **"Bom"** e **"Muito bom"** alcançaram números positivos. Ambas, somadas, representam mais da metade das respostas, com **65,73%** dos entrevistados. No entanto, **34,26%** das respostas foram voltadas para as opções não mencionadas (**"Regular", "Ruim" e "Muito ruim"**), que majoritariamente correspondem especificamente para aqueles que não conseguiram vagas para o passeio escolhido.

19. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à sinalização?

Para a melhor compreensão da satisfação geral do público em relação ao Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, a pergunta possui o intuito de entender o quão satisfeitos os visitantes estão em relação à sinalização dos pontos.

Gráfico 19: Avaliação do Parque Nacional Marinho - Sinalização



Amostra Válida: 388 respondentes

No âmbito da **sinalização**, o Parque Nacional Marinho apresentou predominância de respostas na opção **"Bom"**, com o percentual de **51,8%** dos entrevistados, seguido por **"Muito bom"**, com **23,97%** das respostas. Pode-se perceber um desempenho **positivo**, visto que o percentual da opção "Bom" **aumentou** em relação aos resultados de ambas as pesquisas anteriores, de 2023 (setembro - 44,9%, dezembro - 46,81%).

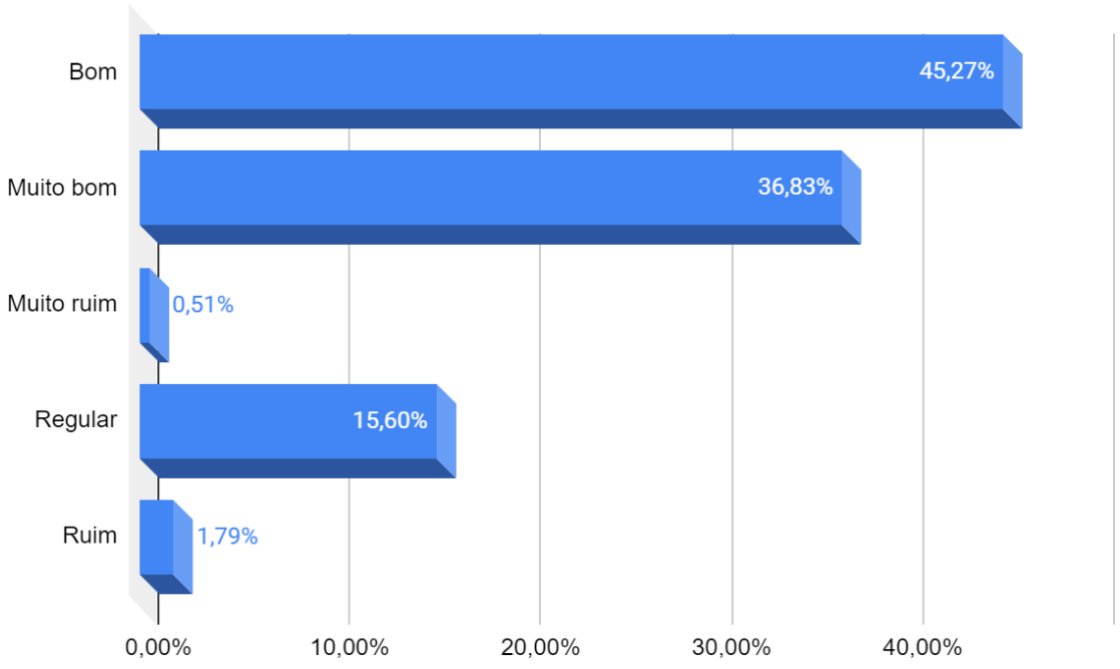
No entanto, o Parque diminuiu em sua avaliação como **"Muito bom"** em termos de sinalização (setembro - 28%, dezembro - 28,53%), e apesar de ter diminuído discretamente desde dezembro de 2023 na opção **"Ruim"**, saindo

de 5,26% para **4,38%**, a opção **"Muito Ruim"** apresentou um pequeno crescimento, saindo de 0,83% para **1,55%**. Esse fator exprime a necessidade de atenção voltados para a sinalização no Parque, visando a satisfação e refletindo também na segurança dos visitantes.

20. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à segurança?

Essa pergunta possui o objetivo de entender o quão satisfeitos os visitantes estão em relação à segurança dos pontos.

Gráfico 20: Avaliação do Parque Nacional Marinho - Segurança



Amostra Válida: 391 Respondentes

Em relação à **segurança**, a opção **“Bom”** apresenta predominância, com **45,27%** das respostas, seguida pela opção **“Muito bom”**, com **36,83%**. Ao somar os resultados de ambas as opções, que totaliza um percentual de **82,1%,** percebe-se que a **satisfação** dos visitantes com a segurança do parque é expressiva. No entanto, apresentou uma queda em relação às pesquisas anteriores. Em setembro e dezembro de 2023, a soma de ambas as opções de resposta totalizavam 85% e 88,1%, respectivamente.

A opção **“Regular”** representou um aumento, também significativo, de respostas desde dezembro de 2023. Atualmente, **15,6%** dos visitantes avaliam a segurança do Parque Nacional Marinho como “Regular”, número que na pesquisa anterior correspondia a 9,67%. Em relação às classificações **“Ruim”** e **“Muito ruim”**, foi possível perceber que os números apresentaram alterações discretas, ou seja, permaneceram quase iguais aos resultados das últimas pesquisas:

Ruim

Setembro de 2023: 2,2%

Dezembro de 2023: 1,38%

Abril de 2024: 1,79%

Muito ruim

Setembro de 2023: 2,2%

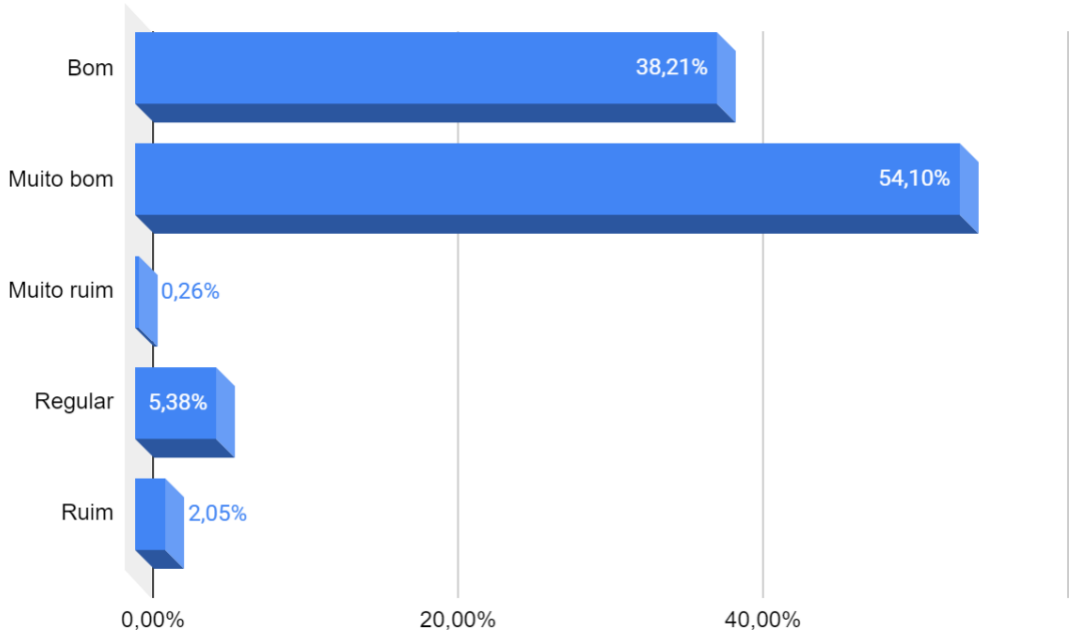
Dezembro de 2023: 0,83%

Abril de 2024: 0,51%

21. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à preservação?

Essa pergunta possui o objetivo de garantir maior aprofundamento sobre a satisfação dos visitantes com o Parque Nacional em relação à preservação de seus espaços e instalações.

Gráfico 21: Avaliação do Parque Nacional Marinho - Preservação



Amostra Válida: 390 respondentes

Em relação à **preservação**, o parque foi avaliado como **"Muito bom"** por mais da metade dos entrevistados (**54,1%**), e avaliado como **"Bom"** por **38,21%**, consistindo em um resultado expressivamente positivo, visto que ambas as opções favoráveis somadas resultam em um percentual de **92,31%**. O resultado de dezembro de 2023 correspondente à mesma soma era de 93,39%, representando uma discreta variação percentual deste número. A

opção **“Regular”** passou de 6,06%, de dezembro de 2023, para atualmente com **5,38%** das respostas; além disso, a opção **“Muito ruim”** foi assinalada por apenas um respondente (**0,26%**), e a opção **“Ruim”** aumentou desde a pesquisa anterior (0,55% - dezembro de 2023), atingindo **2,05%** dos entrevistados.

Mesmo com a observação de uma redução percentual na análise, é importante destacar que os resultados ainda são **favoráveis** para o Parque. Mais de 90% dos entrevistados expressaram uma opinião positiva, classificando o parque como 'Muito bom' ou 'Bom' em relação à sua preservação. Assim, a forte aprovação da **conservação,** que é um pilar central da identidade do Parnamar, reflete a confiança e o reconhecimento contínuo do público em relação aos esforços nesse sentido.

22. Considerando os seguintes pontos turísticos: PIC (Praia) do Sancho, Baía dos Porcos, PIC (Praia) do Leão, Trilha da Atalaia, Enseada dos Abreus, PIC (Baía) do Sueste, Baía dos Golfinhos, Capim Açu, Piscina Natural São José, Ponta das Caracas, Pontinha Pedra Alta, Caiera, Trilha São Joaquim. Avalie o(s) melhor(es) e pior(es) (caso exista) com relação a sinalização, manutenção e segurança.

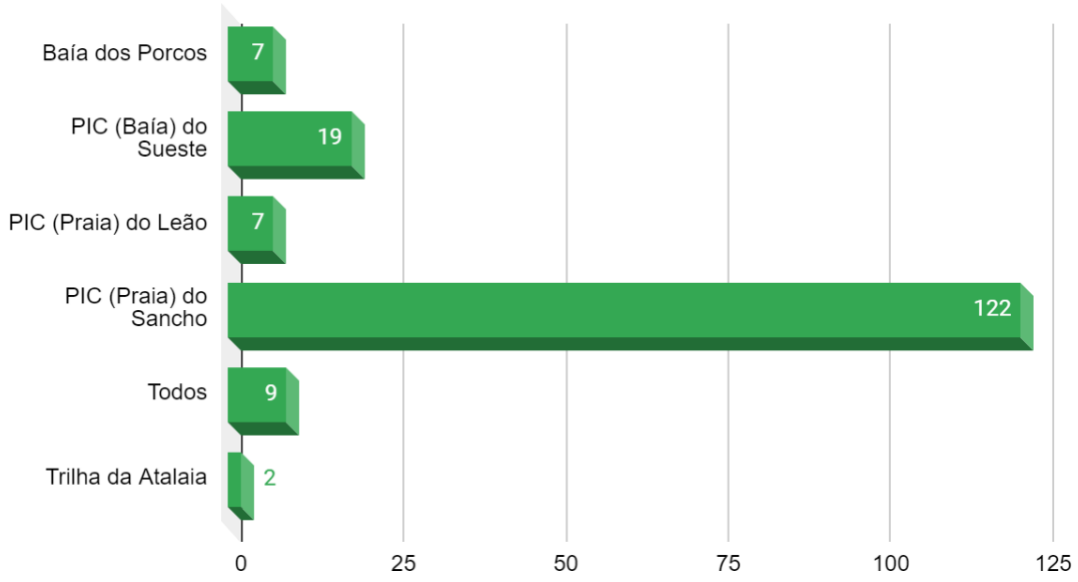
Nessa pergunta, o objetivo central é entender quais foram os pontos melhores ou piores avaliados pelo público dentro do Parque em relação à: sinalização, manutenção e segurança, respectivamente. É importante ressaltar que houve uma reformulação no formato de resposta, e foi observado que não houve muita aderência dos respondentes por se tratar de uma pergunta aberta, o que será revisto no formulário do próximo projeto. Dessa forma, os valores

foram inseridos em contagem de número de respostas ao invés de porcentagem.

1. SINALIZAÇÃO

- **Melhor**

Gráfico 22: Melhores pontos - Sinalização



Amostra Válida: 161 respondentes

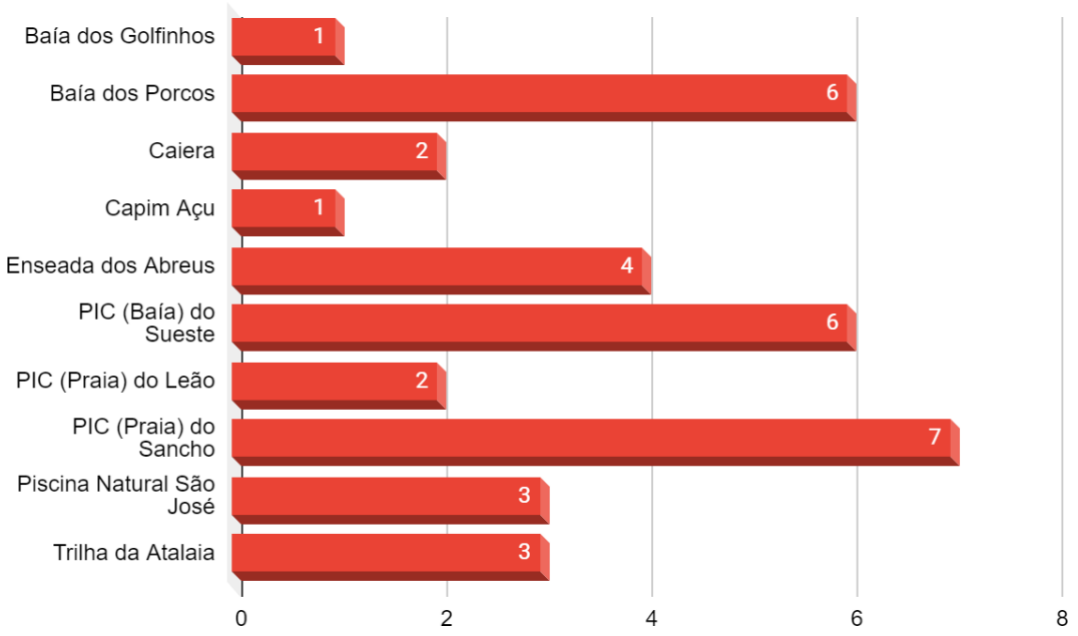
Em relação à **sinalização**, o ponto turístico melhor avaliado pelos visitantes continua sendo a **Praia do Sancho**, com **75,77% - 122** respondentes. A **Baía do Sueste** se posiciona em seguida, com **11,80%** - **19**

dos respondentes, e em terceiro lugar pode-se observar a **Baía dos Porcos** e a **Praia do Leão**, ambas com **4,34% - 7** dos visitantes.

A disparidade de respostas voltadas para os outros pontos, comparando as pesquisas anteriores com a pesquisa atual, é notável. A Praia do Sancho representou 88% das respostas na pesquisa realizada em dezembro de 2023, e mais pontos eram avaliados como melhores em sinalização, em ambas as pesquisas anteriores. Por exemplo, em dezembro, a **Baía dos Porcos** representava **48,7%** dos entrevistados, e a **Baía do Sueste**, que representava **35,2%**. A queda desta porcentagem pode estar relacionada, tanto ao perfil de público de Abril, que pode ter visitado menos locais, quanto o modelo de pergunta sendo aberta, o que pode ter levado as pessoas a pensarem mais intuitivamente nos locais mais famosos - em contrapartida com a última pesquisa, que a pergunta foi aplicada em modelo de múltipla escolha, e isso intuitivamente levava as pessoas a responderem mais de um.

- **Pior (caso exista)**

Gráfico 23: Piores pontos - Sinalização



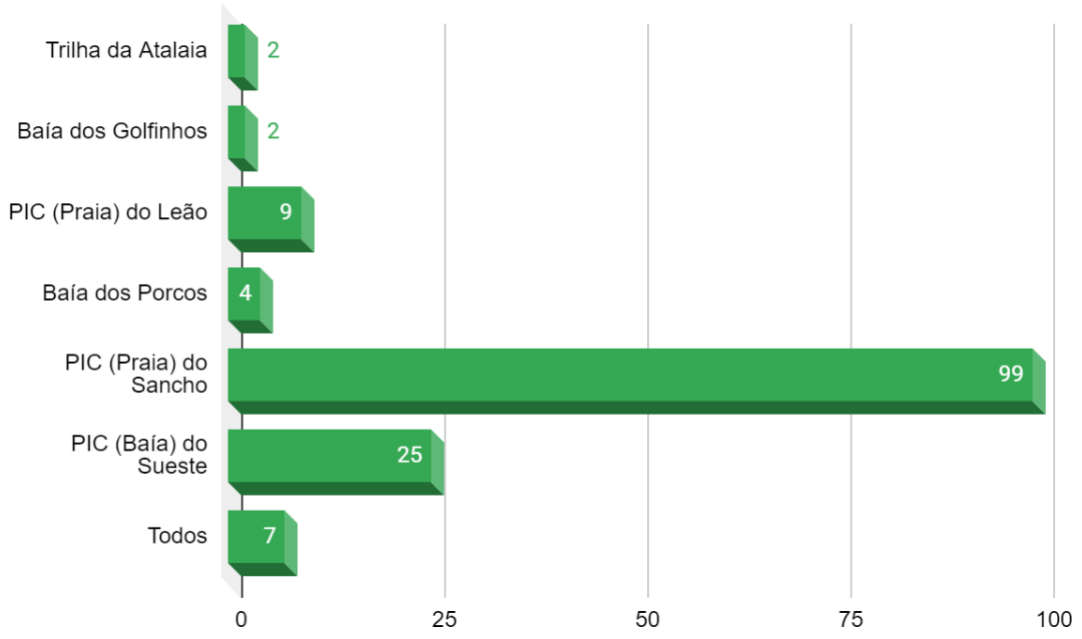
Amostra Válida: **35** respondentes

Os piores pontos em relação à sinalização, de acordo com os visitantes, também incluem a **Praia do Sancho** (**7 respostas** - **20%**), a **Baía do Sueste** e a **Baía dos Porcos** (ambas com **6 respostas - 17,14%**). Na pesquisa anterior, a Praia do Sancho representava apenas 9% das respostas, e a Baía dos Porcos liderava em pior sinalização (33%). Porém é de suma importância destacar que na pesquisa atual, a pergunta acima só obteve **35 respostas**, ou seja, entende-se que os esforços em sinalização estão sendo realizados de forma eficiente, considerando que **367 respondentes** ao não responderem a pergunta indicam não existir nenhum ponto que seja pior nesse aspecto.

2. MANUTENÇÃO

- **Melhor**

Gráfico 24: Melhores pontos - Manutenção



Amostra Válida: 140 respondentes

Em relação à **manutenção**, o Parque possui como ponto melhor avaliado a **Praia do Sancho** (70,7%), em segundo lugar, a **Baía do Sueste** (17,8%) e em terceiro a **Praia do Leão** (6,4%). Na pesquisa realizada anteriormente a esta, de dezembro de 2023, foi possível notar que a Baía dos Porcos, bem avaliada anteriormente, apresentou redução expressiva do número de respostas. Em dezembro, este ponto era avaliado como um dos melhores em manutenção com 43,2% das respostas, e já na pesquisa de abril, foi presente em apenas 4 respostas - com a porcentagem de 2,85%. Em contrapartida, a

Praia do Sancho e a Baía do Sueste, que também haviam sido avaliadas de maneira expressiva, permaneceram bem avaliadas na pesquisa de abril.

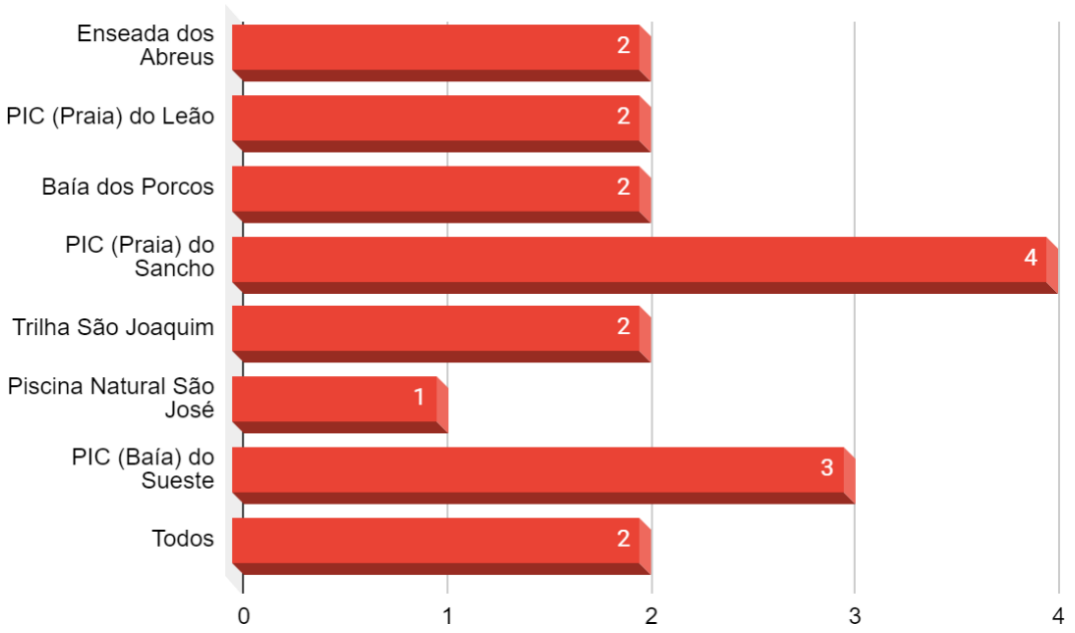
Praia do Sancho:
Dezembro: 82,5%
Abril: 70,7%

Baía do Sueste:
Dezembro: 36,4%
Abril: 17,8%

Esse fator exprime a satisfação dos visitantes com ambos os pontos, sendo visto como positivo para o Parque. Desta forma, é importante que investimentos continuem sendo movimentados para a manutenção destes pontos turísticos.

- **Pior**

Gráfico 25: Piores pontos - Manutenção



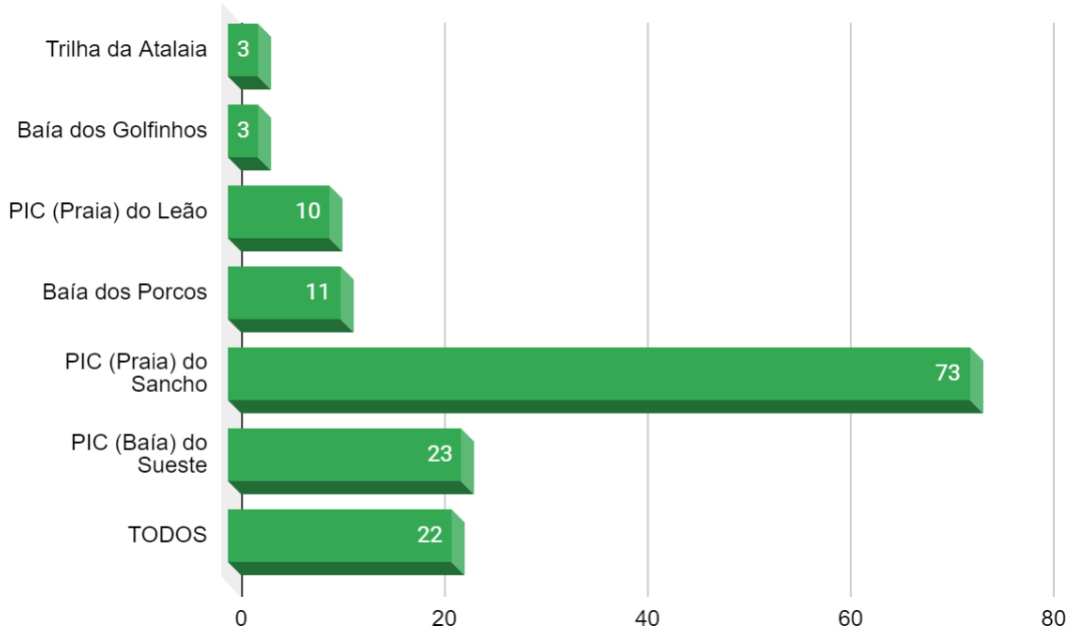
Amostra Válida: 18 respondentes

Os pontos que mais causaram descontentamento nos visitantes, em relação à manutenção, foram também a **Praia do Sancho**, com 22,22% dos respondentes, e a **Baía do Sueste** (16,7%). No entanto, destaca-se que a pergunta totaliza apenas **18 respondentes**, o que indica que a manutenção não é um ponto negativo de atenção para o Parque.

3. Segurança

- **Melhor**

Gráfico 26: Melhores pontos - Segurança

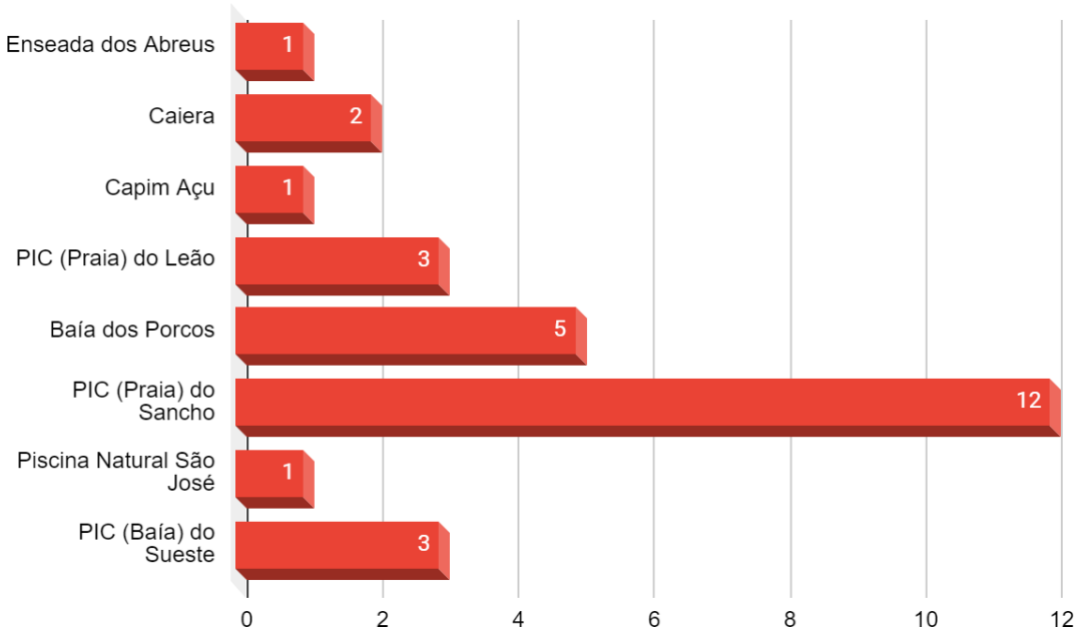


Amostra Válida: 145 respondentes

Em relação à **segurança**, foi possível notar que a **Praia do Sancho** (50,34%) continua em primeiro lugar no pódio, assim como na pesquisa de dezembro de 2023, seguida novamente pela **Baía do Sueste** (15,86%). Ainda, ressalta-se que 15,17% afirmaram que **todos** os pontos foram os melhores em relação a esse aspecto, o que reflete um cenário otimista frente à parcela de turistas que consideram tais locais seguros para visitação.

- **Pior**

Gráfico 27: Piores pontos - Segurança



Amostra Válida: 28 respondentes

A **Praia do Sancho** foi considerada a **menos segura** pelos respondentes (42,86%), seguida pela **Baía dos Porcos** (17,86%), **Baía do Sueste** (10,71%) e a **Praia do Leão** (10,71%). Para fins de exemplificação, alguns relatos da afirmativa foram registrados na pergunta aberta:

Praia do Sancho

- *"Tem que observar a descida na Praia do Sancho, por exemplo: limitar a condição da pessoa, caso ela não tenha e se caso for que tenha a melhor segurança."*
- *"Melhorar o acesso."*
- *"Acho perigoso a descida e subida."*

Caiera

- *"Na hora não tinha salva vidas."*

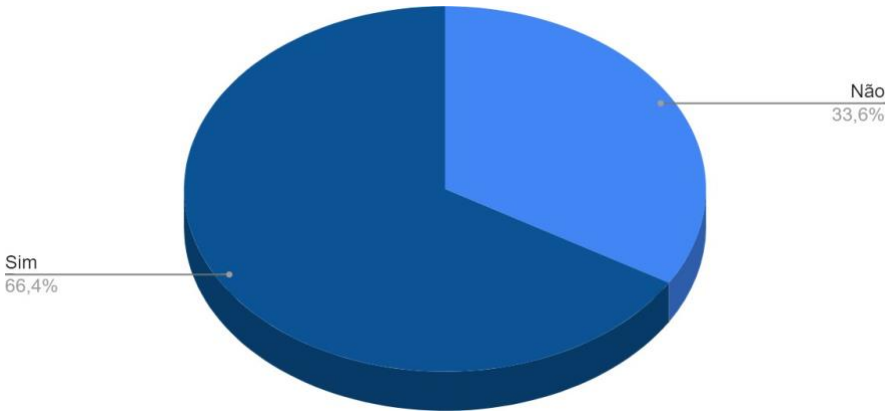
Baía dos Porcos

- *"Trechos sem corrimão."*

23. Você contratou um guia turístico para os passeios?

A pergunta possui como objetivo identificar indivíduos que utilizaram os serviços de guias turísticos a fim de coletar suas percepções sobre os mesmos.

Gráfico 28: Serviço de guia turístico



Amostra Válida: 390 respondentes

É possível concluir pelo gráfico que a maioria dos visitantes (**66,4%**) fez o uso do serviço de **guia turístico**, e apenas **33,6% não utilizou deste serviço**. Em comparação com as edições anteriores, é possível observar um **aumento** pela demanda de guias, que aumentou gradualmente desde setembro (63,9%), e dezembro (65,8%) de 2023.

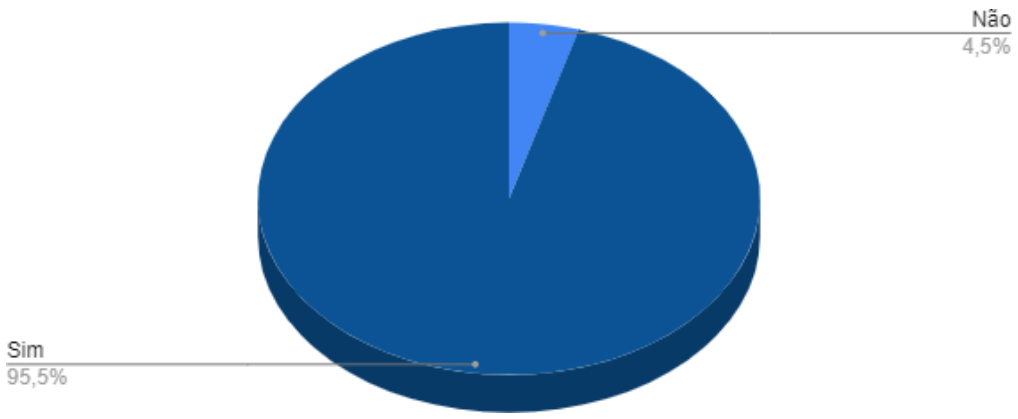
Este fator representa uma possível **oportunidade**, visto que o aumento da demanda por este serviço também pode significar que os turistas estão cada vez mais interessados em contratar um profissional que auxiliará nos seus passeios e estadias. No entanto, em uma das perguntas abertas, um entrevistado afirmou que *"Agendar um guia foi difícil"*, o que indica que uma

necessidade de investimentos em tornar este serviço acessível para o público deve permanecer para que todos usufruam de uma experiência positiva.

24. Se sim, sentiu que contribuiu para a sua viagem?

Sendo direcionada aos que utilizaram o serviço de guias turísticos, essa pergunta busca entender mais aprofundadamente o seu nível de contribuição para a viagem.

Gráfico 29: Contribuição do Guia para a Viagem dos visitantes



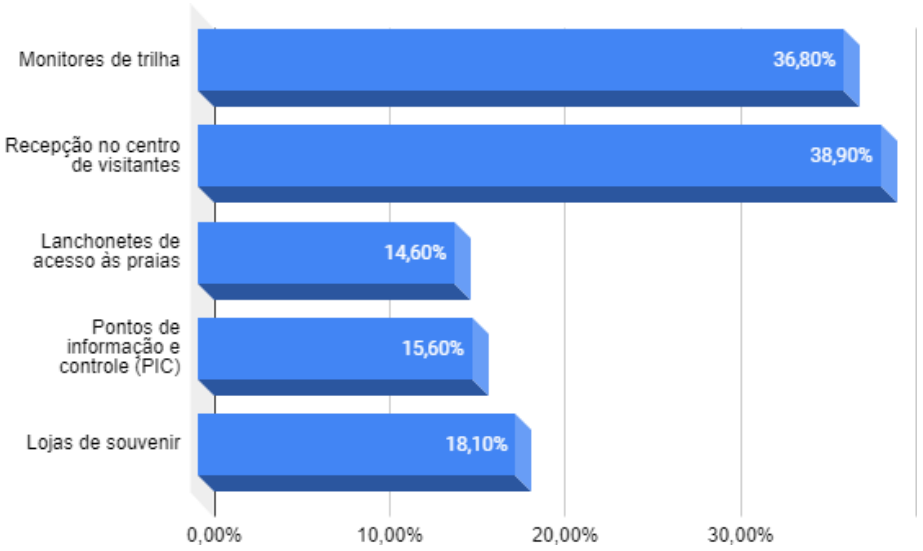
Amostra Válida: 266 respondentes

Ao serem questionados se a contratação de um guia turístico auxiliou na viagem, a maioria significativa (**95,5%)** dos visitantes contratantes do serviço afirmaram que **"Sim"**. Apenas **4,5%** afirmaram que **"Não"**, indicando o **contentamento** dos mesmos com o serviço de guia recebido.

25. Quais desses atendimentos você avalia como melhor?

A pergunta solicitou aos visitantes que indicassem os serviços em que receberam o melhor atendimento, com base em suas experiências pessoais. Essa coleta de dados permite identificar a necessidade de treinamento para os colaboradores de um determinado local.

Gráfico 30: Avaliação dos atendimentos



Amostra Válida: 321 respostas

O atendimento na **recepção no centro de visitantes** continua gerando o contentamento do público, com **38,9%** dos entrevistados assinalando esta opção. Em segundo lugar, está o atendimento dos **monitores de trilha** (**36,8%**), seguido pelas **lojas de souvenir**, com 18,1%.

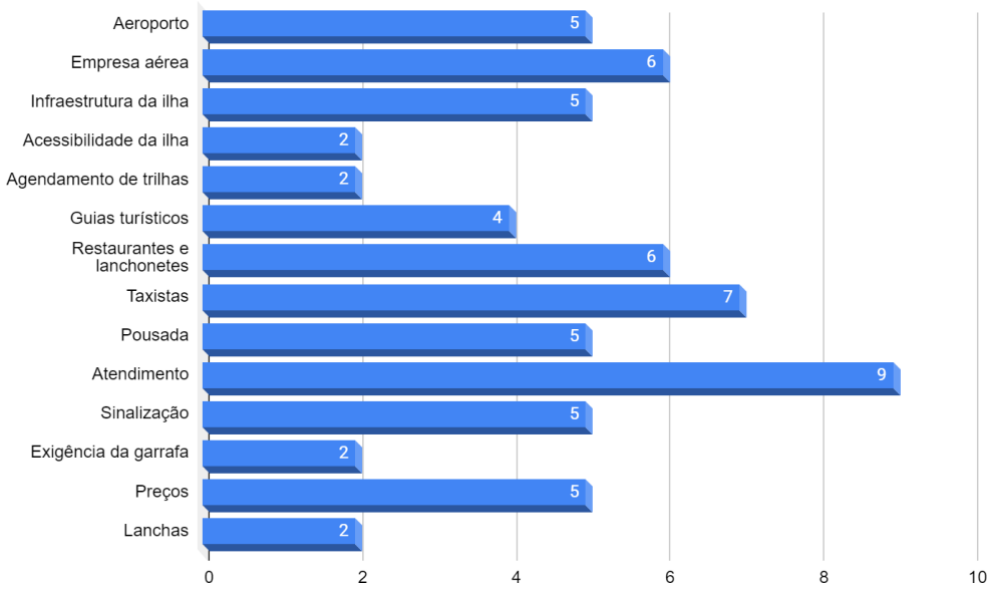
Os resultados da pesquisa atual se assemelham aos apresentados no mês de dezembro. Apesar da redução na escolha da recepção no centro de visitantes, antes de 43,4%, houve um aumento na alternativa de monitores de trilha, anteriormente com 33,7%. A diferenciação, portanto, se encontra na

última opção do pódio, a qual em dezembro era composta pelo PIC (22%) e, atualmente, mostra-se ultrapassada pelas lojas de souvenir.

26. Teve algum atendimento que te deixou insatisfeito? Se sim, qual?

Essa pergunta possui o intuito de aprofundar o conhecimento sobre possíveis serviços considerados insatisfatórios pelos visitantes do Parque.

Gráfico 31: Insatisfação nos atendimentos



Amostra Válida: 65 respostas

Sendo assim, quando questionados sobre os atendimentos que os deixaram **insatisfeitos**, apenas 65 pessoas responderam, se mostrando como um fator positivo para o Parque. No entanto, é importante ressaltar que os

insights oferecidos pelos respondentes podem ser utilizados para a criação de estratégias, com o objetivo de sanar as possíveis insatisfações que os próximos visitantes possam vir a ter. Grande parte dos entrevistados que responderam a pergunta falaram sobre o aeroporto, a empresa VoePass, o atendimento dos taxistas, de restaurantes e da TPA, sendo esses aspectos que fogem do controle direto do parque.

Atendimento nos PICs

Os Pontos de Informação e Controle são de extrema relevância para a experiência dos visitantes no Parnamar, e foi o assunto que mais recebeu comentários. Portanto, é importante cada vez mais priorizar uma melhor experiência para o consumidor deste serviço, e assim possibilitar com que os mesmos se lembrem do Parque Nacional Marinho de maneira positiva.

Sinalização nas Praias

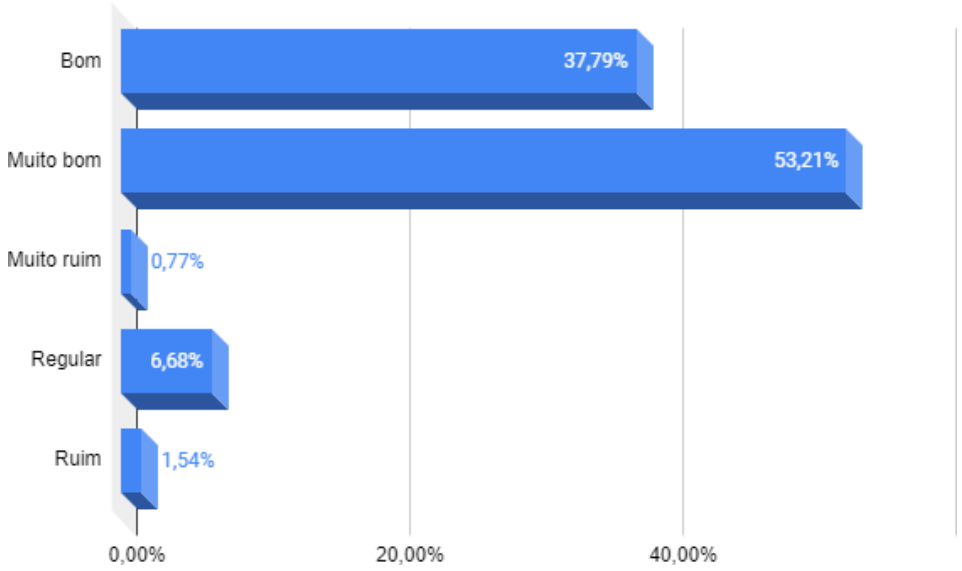
Como já mencionado anteriormente, alguns dos entrevistados se mostraram insatisfeitos com a sinalização nos pontos do Parque. Os comentários deixados foram:

- *"Ausência de sinalização de proibição de acesso às piscinas em Caieras."*
- *"De maneira geral a sinalização dos locais…"*
- *"Informações escritas nas portarias dos parques."*

27. Como você avalia o cuidado do parque com o meio ambiente?

Para finalizar a seção, os visitantes são questionados sobre o cuidado do parque com o meio ambiente, com o objetivo de compreender o nível de satisfação dos mesmos com relação à preservação ambiental.

Gráfico 32: Cuidado do Parque com o meio ambiente



Amostra Válida: 389

Os dados atuais comprovam que o público **aprova** o cuidado do Parque com o meio ambiente, totalizando **91%** dos visitantes que marcaram as **opções favoráveis** (“Muito bom” - 53,21% e “Bom” - 37,79%). Em comparação com as pesquisas anteriores, é possível perceber que é um padrão que se repete. Em ambas as pesquisas de dezembro e setembro, as opções “Muito bom” e “Bom” são respectivamente a primeira e a segunda a serem respondidas.

Este fator é extremamente **positivo** para o parque, visto que ambas as opções permaneceram nas porcentagem de **53% (muito bom)** e **37% (bom)**

desde dezembro, exprimindo o contentamento dos visitantes com o cuidado da área do Parnamar com o meio ambiente e a preservação.

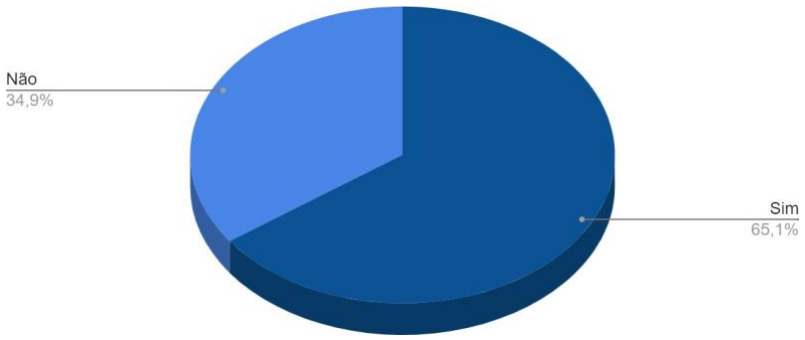
3.5. SEÇÃO 5: PONTOS DE INFORMAÇÃO E CONTROLE (PIC)

Nesta seção, os Pontos de Informação e Controle (PICs) são avaliados, buscando compreender não apenas se os turistas estão cientes da existência desses locais, mas também suas experiências e opiniões sobre diversos aspectos relacionados a eles. Isso inclui a infraestrutura disponível, a qualidade do atendimento prestado pelos funcionários e a conveniência de sua localização.

28. Você sabe o que é o Pontos de Informação e Controle (PIC)?

O objetivo inicial é avaliar o grau de familiaridade dos visitantes com os PICs, uma vez que esses locais desempenham um papel crucial no acesso às praias.

Gráfico 33: Grau de Conhecimento dos PICs



Amostra Válida: 390 respondentes

Após a análise dos dados coletados e a observação do gráfico apresentado, fica evidente uma predominância no conhecimento dos PICs, representando um percentual de **65,1%**. Por outro lado, **34,9%** dos entrevistados indicaram falta de familiaridade com esses pontos de informação e controle.

Esse resultado reflete **positivamente** a eficácia das estratégias de divulgação dos pontos, especialmente quando comparado à pesquisa anterior, na qual 55,5% dos respondentes indicaram conhecimento desses locais. Isso retrata um aumento significativo no conhecimento dos PICs entre as duas pesquisas, evidenciando uma tendência de crescimento já vista em pesquisas anteriores.

Vale ressaltar que a variação percentual entre as duas últimas pesquisas (Setembro e Dezembro) também foi significativa, indicando não só uma consistência nessa tendência de aumento do conhecimento, mas também um **salto de crescimento** ao longo desses três meses.

Setembro/2023

Sim: 38,0%

Não: 62,0%

Dezembro/2023

Sim: 55,5%

Não: 44,5%

Abril/2024

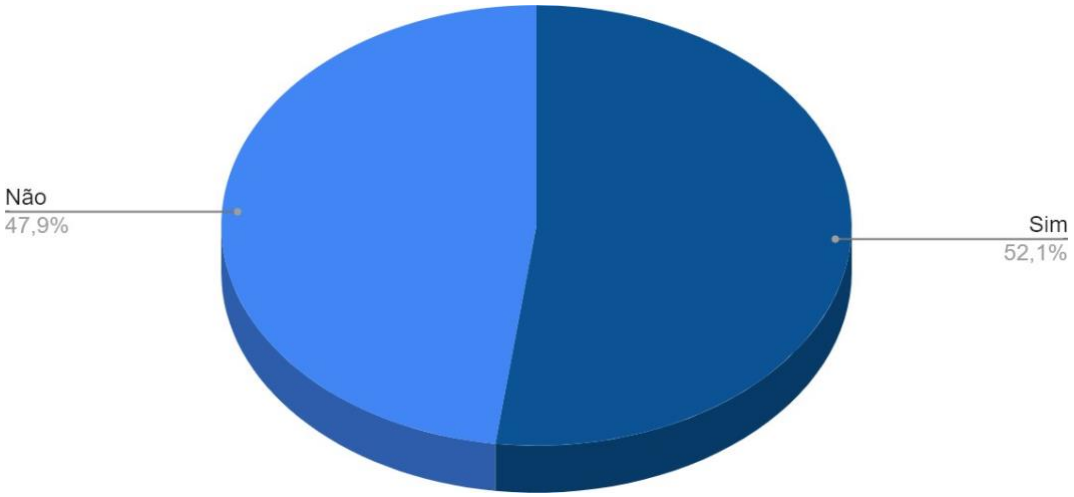
Sim: 65,1%

Não: 34,9%

29. Você utilizou algum PIC durante sua viagem?

Após obter o entendimento do grau de familiaridade dos respondentes com os PICs, procura-se medir se o público fez uso destas instalações para além da validação do ingresso.

Gráfico 34: Nível de Utilização dos PICs



Amostra Válida: 384 respondentes

Conforme visto no gráfico acima, mais da metade dos respondentes apontaram ter utilizado os PICs, constituindo um percentual de **52,1%**.

Enquanto, a não utilização constitui um percentual **47,9%**. O cenário é positivo por conta da predominância em sua utilização, mas é importante notar que houve uma ligeira queda em relação à pesquisa anterior, na qual uma porcentagem maior de pessoas relatou ter utilizado esses pontos de informação e controle - 60,7% de respostas “sim” (dezembro).

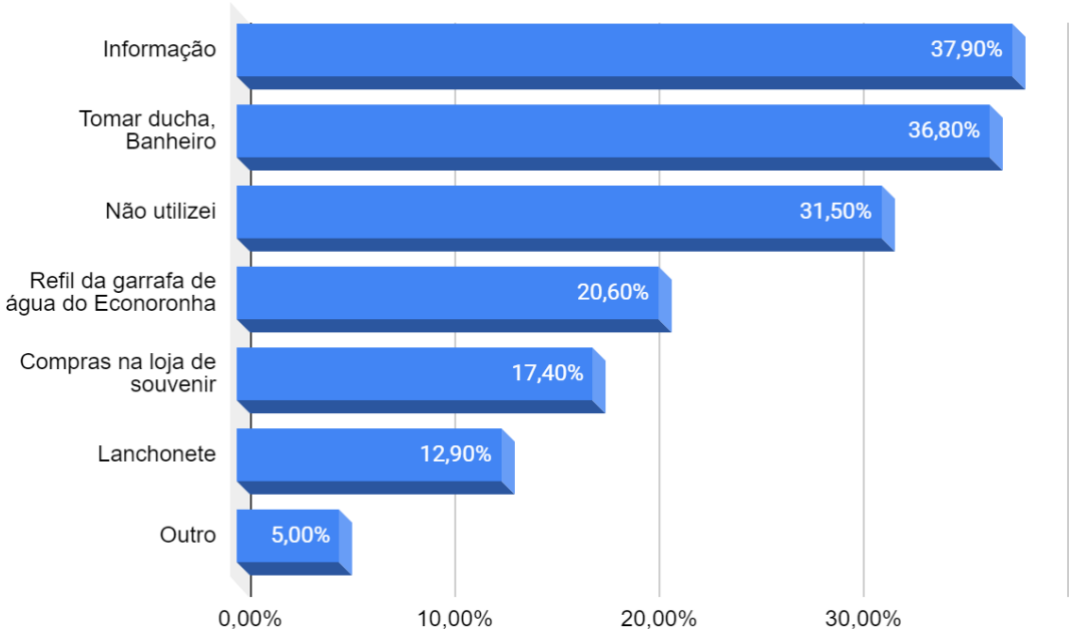
Sendo assim, é crucial analisar esse aspecto, considerando que o uso dos PICs representa um contato mais direto dos visitantes com o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha. Porém, a incerteza em torno do termo "PIC", que já era vista na pesquisa anterior, é evidenciada, mais uma vez, pelas rasuras nas respostas dos questionários, destacando a importância de esforços para aumentar a familiaridade dos visitantes com esse conceito.

Além disso, é fundamental reconhecer que a ambiguidade em torno do termo "PIC" pode afetar a precisão das respostas nos formulários. Portanto, a implementação de ações para esclarecer e promover uma compreensão mais clara dos PICs não só beneficia o Parque, proporcionando maior envolvimento dos visitantes, mas também contribui para respostas mais informadas e precisas nos questionários.

30. Com qual finalidade você usou o PIC?

A questão acima tem como objetivo identificar quais serviços oferecidos nos PICs foram mais utilizados pelos visitantes, dada a diversidade de opções disponíveis.

Gráfico 35: Finalidades de Uso dos PICs



Amostra Válida: **340** respondentes

Assim como nas pesquisas anteriores realizadas em setembro e dezembro, a obtenção de **"informações"** continua sendo o serviço mais utilizado nos PICs, com uma porcentagem de **37,9%**. Logo em seguida, temos a utilização para **"tomar ducha, banheiro"**, com **36,8%.** Esse padrão de utilização não só foi reconfirmado na pesquisa de Abril, mas também registrou um aumento na porcentagem desses dois aspectos em comparação com as duas últimas aplicações:

Informações:

Setembro - 24,8%

Dezembro - 35,4%

Abril - 37,90%

Tomar ducha, banheiro:

Setembro - 21%

Dezembro - 31,10%

Abril - 36,8%

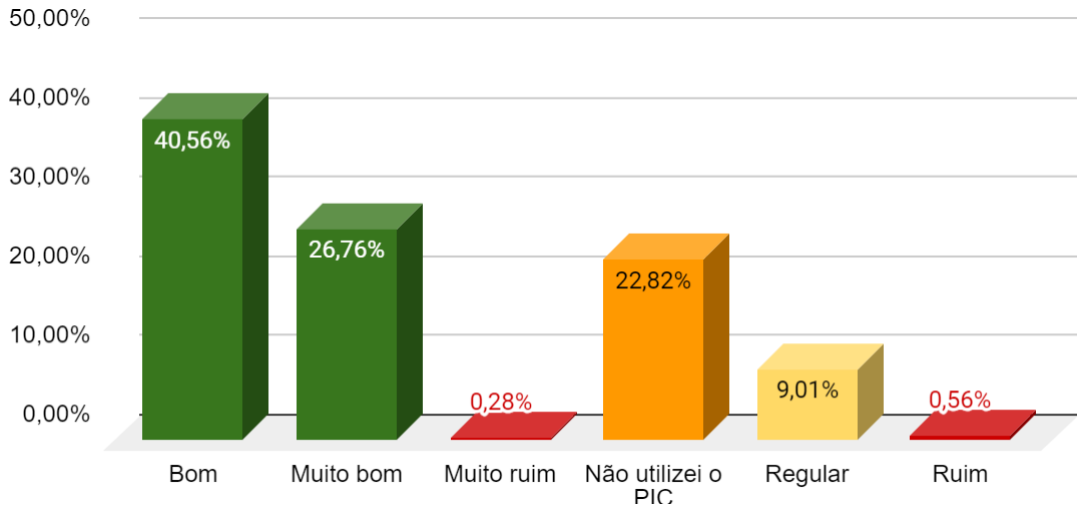
Em comparação com a coleta de dados anterior, houve uma queda na opção de **não utilização dos PICs**. Nas pesquisas de setembro e dezembro, essa era a opção mais assinalada, com percentuais de **55,5%** e **38,10%**, respectivamente. Na pesquisa atual **31,50%**, dos respondentes afirmaram não ter utilizado esse serviço. Esse cenário **positivo** demonstra que os PICs estão sendo mais utilizados pelos visitantes, o que sugere uma maior interação com esses recursos. Porém, esse percentual de não utilização ainda pode melhorar, ressaltando a necessidade de investimentos em comunicação e divulgação desses pontos.

Ademais, destaca-se que os únicos serviços que possuíam um percentual abaixo do de não utilização, foram os serviços pagos, **"refil da garrafa de água do Econoronha"**, com um percentual de **20,6%**, **"compras nas lojas de souvenir"**, com **17,4%** e **"lanchonete"** com **12,9%**. Sendo assim a opção **"refil da garrafa de água do Econoronha"**, que na pesquisa passada era de **27,10%,** sofreu uma queda. O que de fato mostra a oportunidade de uma maior divulgação com relação a utilização das squeezes, mas esse valor não é alarmante quando se comparado com a pesquisa de Setembro, em que o percentual foi de **12,5%**.

31. Como você avalia a <u>localização</u> dos Pontos de Informação e Controle (PIC)?

Esta pergunta visa compreender se os PICs estão estrategicamente posicionados em locais de fácil acesso e se atendem às necessidades dos usuários em termos de localização geográfica.

Gráfico 36: Avaliação dos PICs - Localização

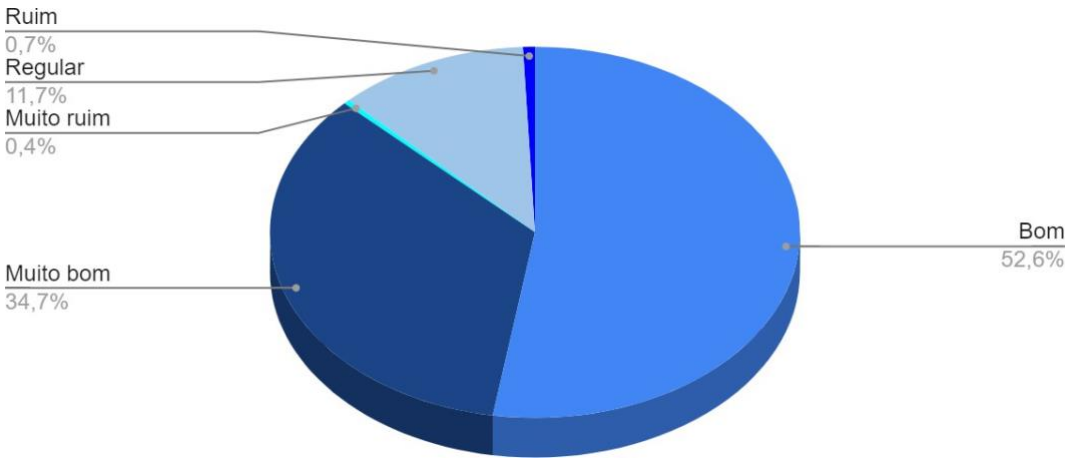


Amostra Válida: **355** respondentes

Diferentemente das duas últimas pesquisas, o percentual de respondentes que não utilizaram o PIC (**22,82%**) não foi o maior, evidenciando, como apresentado em perguntas anteriores, que os visitantes do parque estão cada vez mais reconhecendo e utilizando esse serviço.

Sendo assim, faz-se necessária uma avaliação com os respondentes que, de fato, utilizaram os pontos de informação e controle para avaliar o aspecto de sua localização:

Gráfico 37: Avaliação dos PICs pelos usuários - Localização



Amostra Válida: 274 respondentes

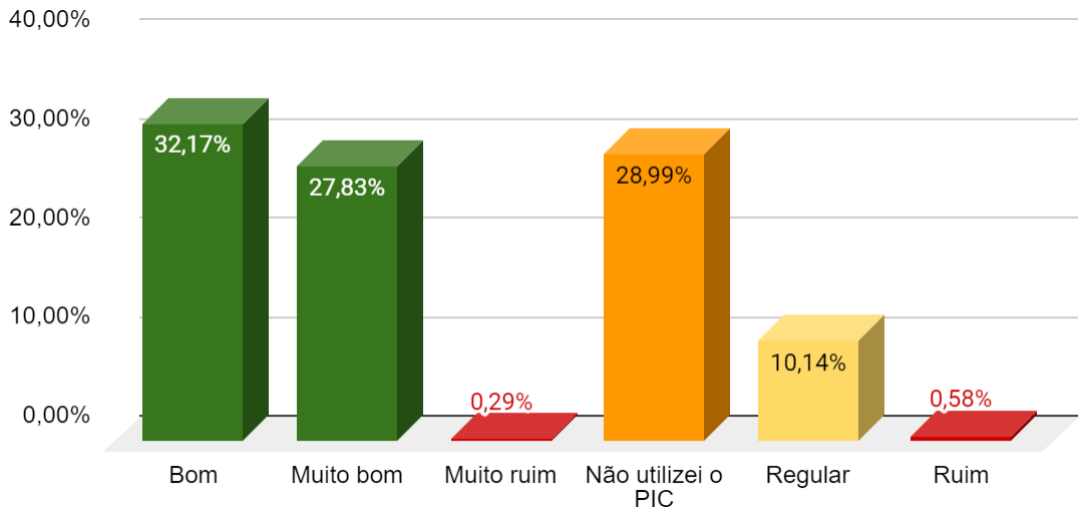
No topo dos resultados, com **52,6%** dos respondentes que utilizaram o PIC, a opção mais marcada é **"bom"**, equivalente à nota 4 em uma Escala Likert de 1 a 5. Seguida pelo **“muito bom”**, equivalente a nota 5, com um percentual de **34,7%**. Sendo esse um percentual que teve uma pequena redução com relação a pesquisa de Dezembro, que foi de **38,6%**, desconsiderando o percentual de não utilização.

Após a conversão dos valores da Escala Likert, a nota para o aspecto de localização do PIC é de **4,20**. Na análise anterior de dezembro de 2023, esse valor foi ligeiramente maior, atingindo **4,25**. Isso evidencia que a localização dos pontos ainda é bem avaliada, mas é importante ficar atento a essa questão para evitar que essa pequena redução se torne uma tendência.

32. Se você foi ao PIC, como você avalia o atendimento no PIC?

Esta pergunta busca reunir as percepções dos respondentes em relação à conduta dos funcionários nos Pontos de Informação e Controle (PICs).

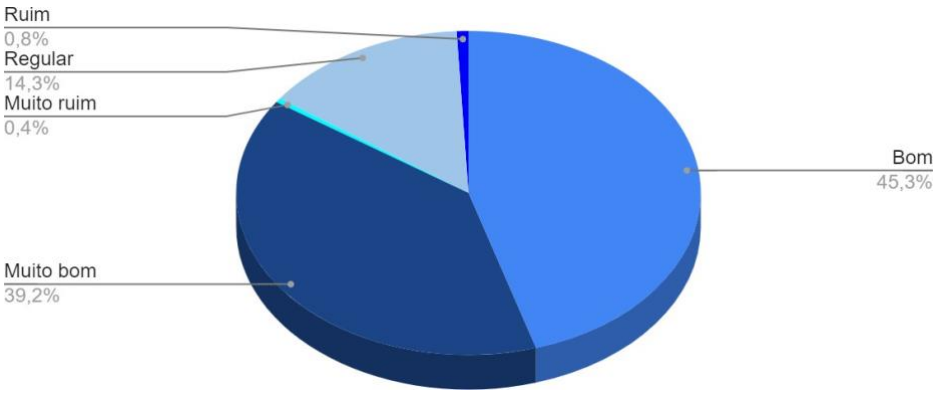
Gráfico 38: Avaliação dos PICs - Atendimento



Amostra Válida: **345** respondentes

Novamente, nota-se que a opção de **não utilização** do PIC **não** foi a majoritária (**28,99%**), diferentemente da pesquisa de dezembro de 2023, ressaltando a necessidade de avaliação do aspecto do atendimento no PIC por aqueles que usufruíram desse serviço.

Gráfico 39: Avaliação dos PICs pelo usuário - Atendimento



Amostra Válida: 245 respondentes

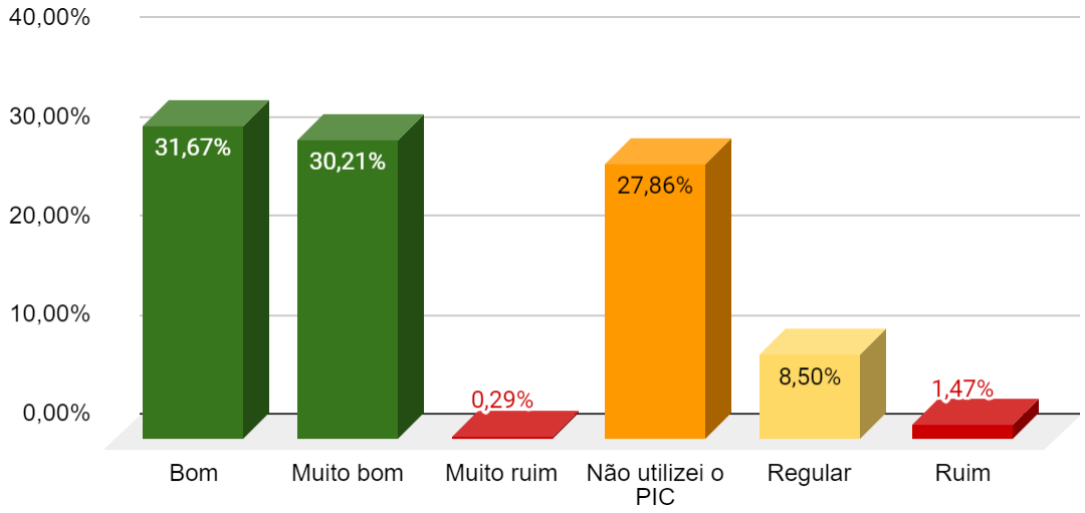
Primeiramente, avalia-se que o percentual de escolha da opção **"muito bom"** para o atendimento nos PICs teve um aumento de 37,8% em Dezembro (desconsiderando as respostas de quem não utilizou) para **39,2%** em Abril. Com relação à resposta **"ruim"** houve uma diminuição no percentual, de 1,5% para **0,8%**. O aumento no percentual de escolha da opção "muito bom", juntamente com a redução na categoria "ruim", sugere uma melhoria geral na experiência do usuário no atendimento nos PICs.

No geral, a avaliação dos atendimentos nos Postos de Informação e Controle registrou uma média de **4,22** numa escala de 1 a 5, indicando uma percepção positiva da qualidade dos serviços prestados. Essa pontuação, embora ligeiramente inferior à pesquisa anterior, que havia alcançado 4,24, sugere uma relativa estabilidade na satisfação do público com os atendimentos. Dito isso, essa consistência é significativa, pois destaca a manutenção de um padrão nos serviços oferecidos, apesar de variações mínimas.

33. Se você foi ao PIC, como você avalia a infraestrutura no PIC?

Concluindo a seção 5 do formulário, os participantes foram solicitados a avaliar a infraestrutura dos Pontos de Informação e Controle (PICs), abrangendo aspectos físicos e funcionais desses locais.

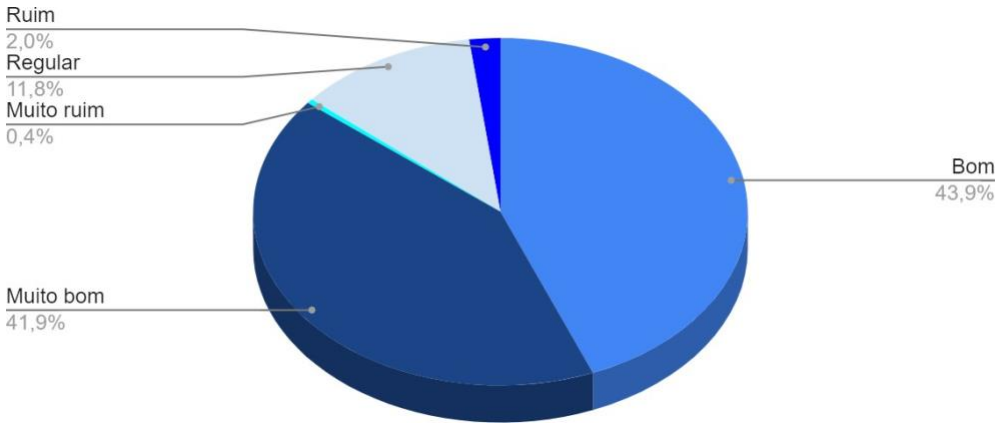
Gráfico 40: Avaliação dos PICs - Infraestrutura



Amostra Válida: **341** respondentes

Novamente, o padrão de predominância do percentual de não utilização do PIC não se repetiu, ao contrário das pesquisas de Setembro e Dezembro de 2023.

Gráfico 41: Avaliação dos PICs pelo usuário - Infraestrutura



Amostra Válida: 246 respondentes

Por fim, avalia-se o último aspecto relacionado aos PICs. Com relação à **infraestrutura**, o aumento da porcentagem da avaliação **"muito bom"** é tido mais uma vez; o percentual subiu de 39,8% em Dezembro de 2023 (desconsiderando não utilizadores) para **41,9%** em Abril. No entanto, ocorreu diminuição do percentual de votos para a opção **"bom",** que foi de 51,2% para **43,9%.** É válido ressaltar também, que a opção "**regular"** teve um pequeno aumento de votantes: 8,5% em Dezembro para **11,8%** em Abril.

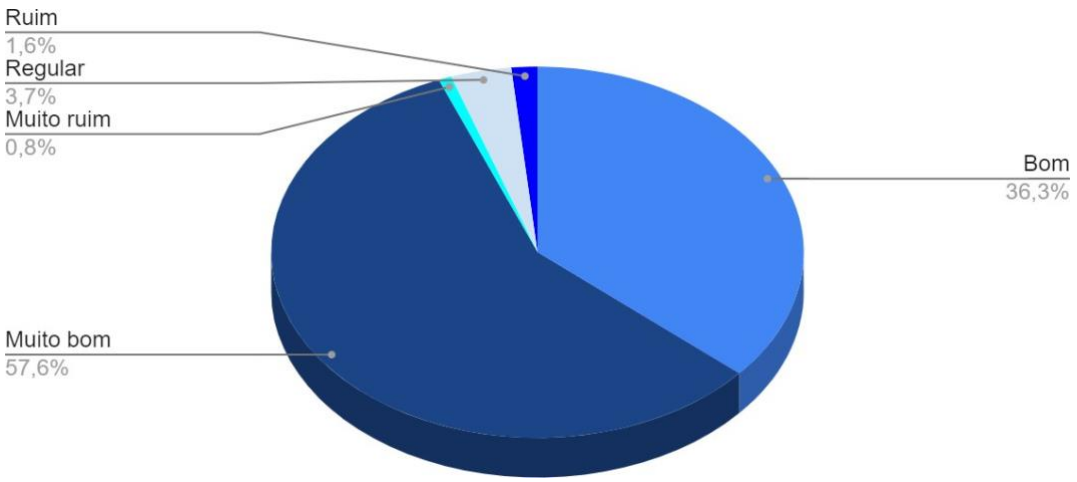
3.6. SEÇÃO 6: AVALIAÇÃO

Na fase final da pesquisa, busca-se identificar os pontos turísticos preferidos dos participantes, ao mesmo tempo em que se recolhem as percepções gerais das experiências vividas por eles no Parque Nacional Marinho e na ilha de Fernando de Noronha.

34. Como você avalia sua experiência no parque?

Em primeiro lugar, mede-se a experiência tida dentro dos limites do parque, assim é possível obter insights sobre a percepção do mesmo pelos turistas.

Gráfico 42: Avaliação da Experiência no Parque Nacional Marinho



Amostra Válida: 384 respondentes

Ao analisar o gráfico de forma geral o cenário é majoritariamente **positivo** para o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, considerando que **93,9%** dos respondentes afirmam ter tido uma experiência **satisfatória** - 57,6% de votos “muito bom” e 36,3% de votos “bom”. Em comparação com a pesquisa anterior a porcentagem da avaliação “muito bom” se manteve praticamente constante, com um pequeno aumento - com valor de 57,38% em Dezembro de 2023.

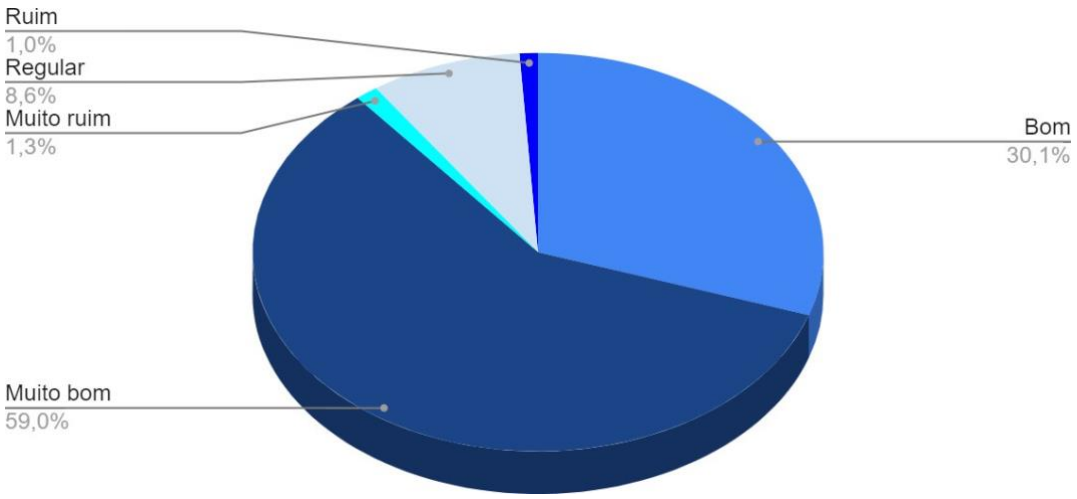
De fato, a soma das porcentagens de pessoas que possuíam uma experiência negativa no parque chega a ser irrisória, quando se comparado ao percentual de experiências satisfatórias.

Na análise de 1 a 5, ao transformar da Escala Likert, a experiência no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha obteve nota 4,5 em Abril, de forma semelhante aos resultados encontrados em Dezembro de 2023, onde a nota também foi de 4,5. Isso indica que os esforços da administração em manter uma boa satisfação com o Parque estão sendo contínuos e efetivos.

35. Como você avalia sua experiência na ilha?

Em seguida, é mensurada a vivência dos respondentes na ilha como um todo, isto é, além das dependências do Parque Nacional Marinho.

Gráfico 43: Avaliação da Experiência na Ilha de Fernando de Noronha



Amostra Válida: 385 respondentes

Ao avaliar-se a experiência dos respondentes na Ilha de Fernando de Noronha, ou seja, suas percepções para além do parque, é notório um pequeno aumento na escolha da opção **"regular"**, quando se comparado com a experiência tida no Parnamar. Na questão anterior, houve um percentual de **3,7%** de escolha para uma experiência regular na área do parque, enquanto na ilha como um todo esse percentual foi de **8,6%**.

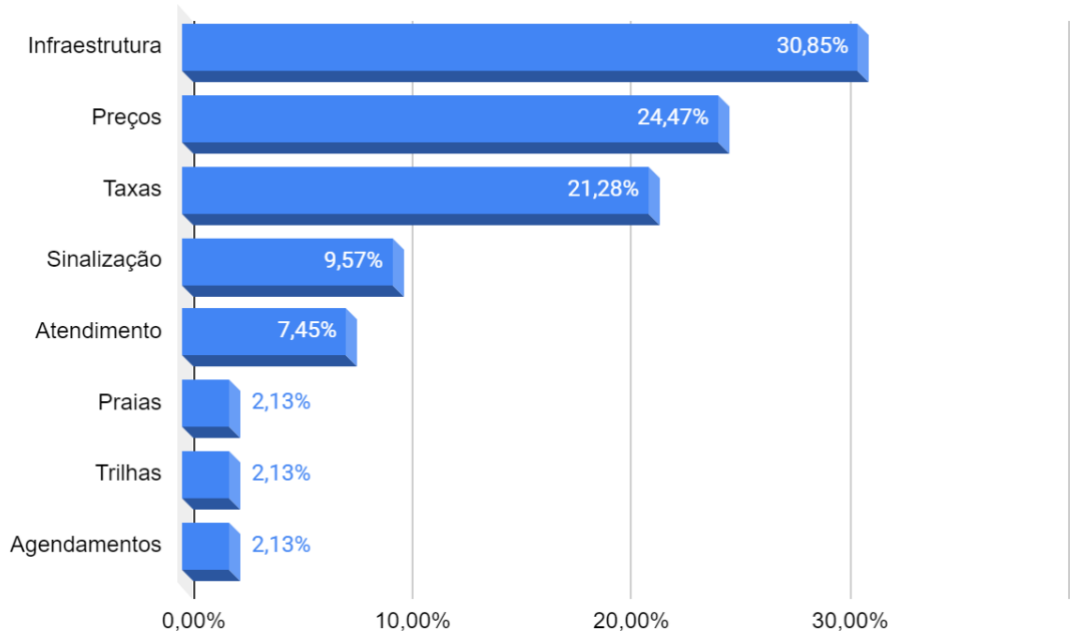
Porém, é fato que a predominância por uma experiência positiva na Ilha de Fernando de Noronha é um padrão que vem se repetindo; na pesquisa atual **89,1%** dos respondentes afirmam ter tido uma experiência **"boa"** ou **"muito boa".** No entanto, é válido destacar que houve uma perceptível queda nesse percentual, dado que na pesquisa de Dezembro o valor foi de **97,2%.** Essa queda pode estar relacionada com diversos fatores que podem ou não estar relacionados com o Parnamar. Na próxima questão (36) serão avaliadas possíveis motivações que afetaram a experiência do respondente na ilha.

Diante dos fatos expostos, pode-se notar que essa redução de percentual satisfatório reflete diretamente na avaliação de 1 a 5. Sendo assim, a experiência na ilha de Fernando de Noronha obteve nota 4,4, valor ligeiramente inferior a Dezembro de 2023, quando essa nota foi de 4,6.

36. Caso a resposta acima tenha sido regular, ruim ou muito ruim, em qual aspecto poderia haver melhorias?

O objetivo da pergunta 36 é coletar feedback direto dos respondentes sobre áreas específicas que precisam de melhorias, caso tenham avaliado sua experiência na ilha como **regular**, **ruim** ou **muito ruim**.

Gráfico 44: Avaliação da Experiência na Ilha de Fernando de Noronha



Amostra Válida: 116 respondentes

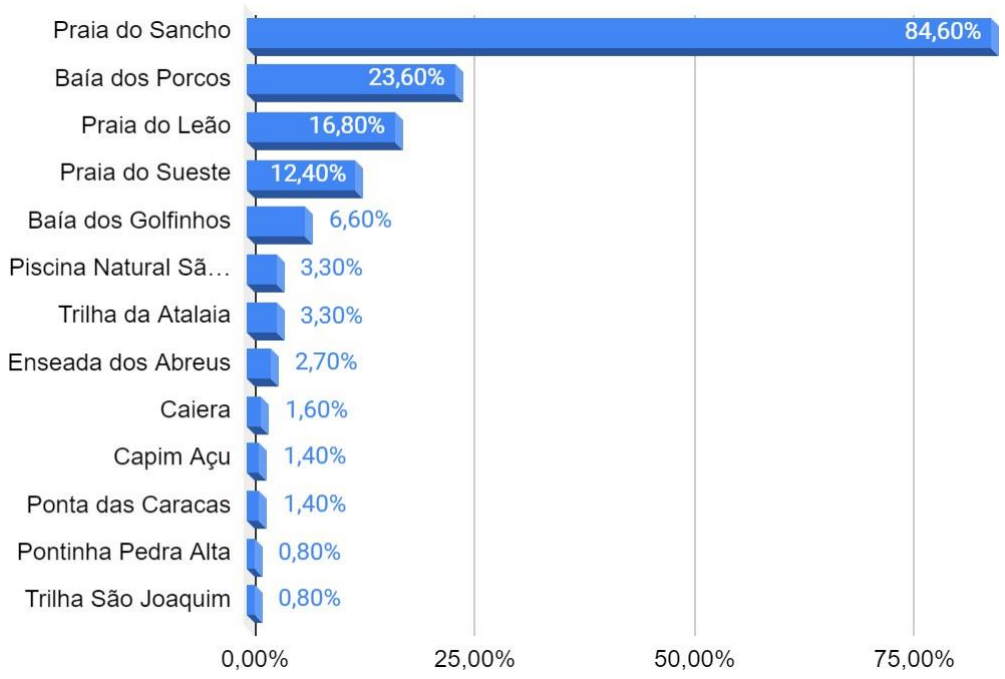
Com base nas respostas fornecidas pelos visitantes, é possível identificar áreas específicas que podem ter afetado sua experiência na Ilha de Fernando de Noronha, fazendo com que classificassem sua experiência como regular ou negativa. A **infraestrutura** emergiu como a principal preocupação, com **30,85%** dos votos, o que sugere que há demanda por investimentos em instalações básicas, como transporte, estradas, calçadas e aeroporto, por exemplo.

Os **preços** também são um ponto atenção, com **24,47%** dos participantes expressando preocupação com os custos associados à visita à ilha, incluindo não apenas os preços dos serviços turísticos, mas também os custos gerais de hospedagem, alimentação e transporte. Ademais, outro aspecto que pode ter influenciado a percepção do visitante são as **taxas**, que obtiveram um percentual de **21,28%** de votos.

É válido destacar que essas três maiores porcentagens que demandam atenção não são de responsabilidade direta do parque. Mas, de fato deve-se haver um cuidado redobrado nesses aspectos, para que a experiência no Parnamar não seja atingida.

37. Qual ponto turístico do Parque Nacional Marinho você mais gostou?

Gráfico 45: Preferência de Pontos Turísticos do Parque Nacional Marinho



Amostra Válida: **364** respondentes

Seguindo o padrão visto em pesquisas anteriores, o favoritismo da **Praia do Sancho** apresentou um aumento mais uma vez. Anteriormente, em Dezembro de 2023, o percentual era de **76,7%,** e na pesquisa atual esse valor aumentou para **84,6%** no número de pessoas que dizem que esse ponto turístico foi seu favorito.

Em segundo lugar encontra-se a **Baía dos Porcos**, assim como na última pesquisa, porém obteve-se uma pequena redução: o percentual que antes era de 31,9% diminuiu para **23,6%.** Já em relação ao terceiro colocado, a **Praia do Leão**, observou-se um aumento em seu percentual fazendo com que esse ponto turístico ocupe a posição que antes era da Baía do Sueste. O

aumento foi de 13,5% para **16,8%**, enquanto o **Sueste** foi de 14,4% para **12,40%**.

Nota-se também uma pequena redução na porcentagem de escolha da **Baía dos Golfinhos** e da **Trilha do Atalaia**:

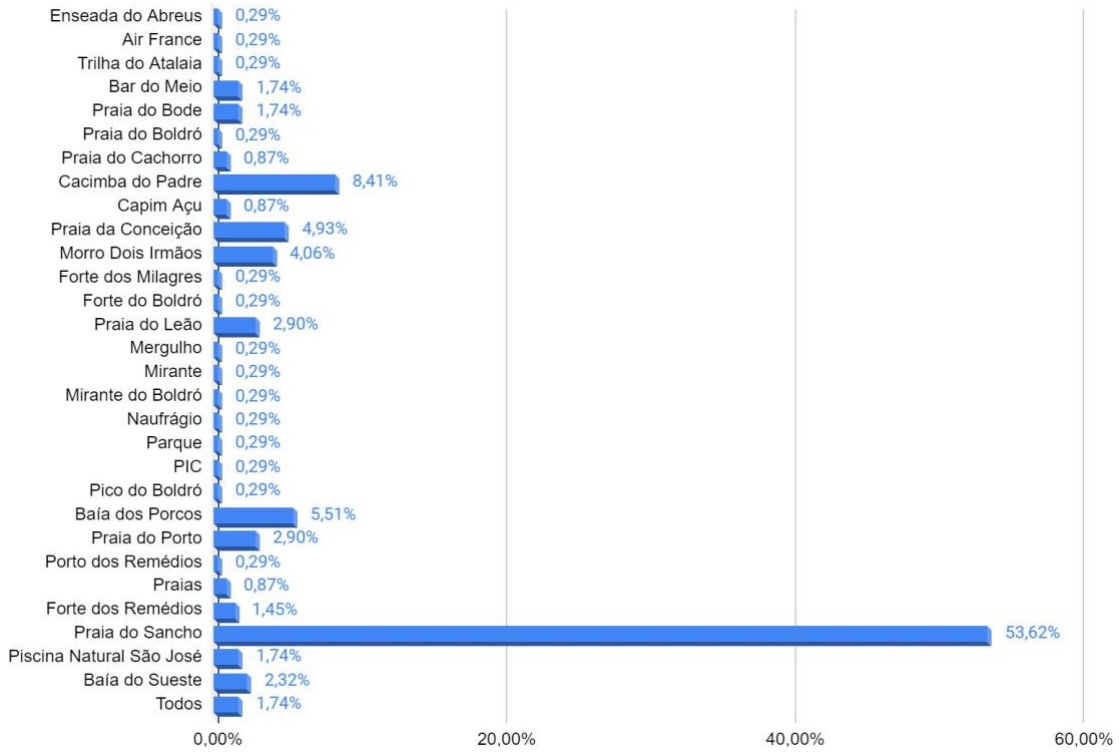
Baía dos Golfinhos:
Dezembro de 2023 - 10,9%
Abril de 2024 - 6,6%

Trilha da Atalaia:
Dezembro de 2023 - 6,3%
Abril de 2024 - 3,3%

Por fim, em relação aos outros pontos turísticos do parque: Enseadas dos Abreus, Piscina Natural São José, Capim Açu, Ponta das Caracas, Caiera, Pontinha Pedra Alta e Trilha São Joaquim, observou-se um **aumento** nas porcentagens. Esse aumento pode ser interpretado de forma positiva, sugerindo que os visitantes estão cada vez mais interessados em explorar pontos turísticos menos conhecidos, para além da famosa Praia do Sancho. Este movimento indica uma apreciação desses locais menos populares, elevando-os ao status de favoritos entre alguns dos visitantes.

38. Qual ponto turístico da ilha você mais gostou?

Gráfico 46: Preferência de Pontos Turísticos da Ilha de Fernando de Noronha



Amostra Válida: **301** respondentes

No que diz respeito ao ponto turístico favorito da ilha como um todo, o primeiro lugar novamente é ocupado pela **Praia do Sancho**. Em Dezembro o percentual de escolha desse ponto turístico foi de 38,9%, enquanto na pesquisa atual esse valor subiu para um percentual de **53,62%** de preferência do público.

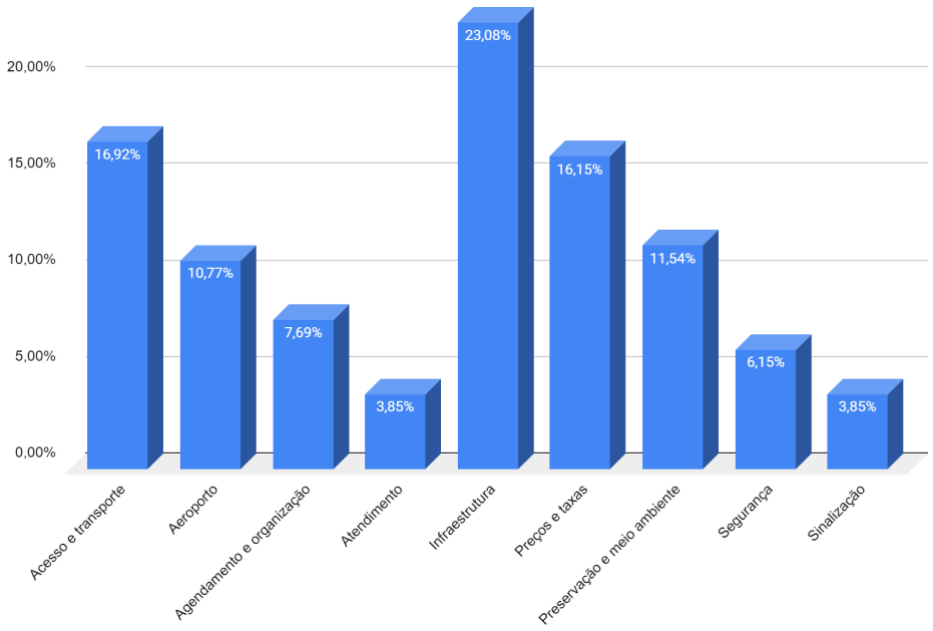
Esse aumento significativo indica que a experiência do visitante na Praia do Sancho está cada vez mais satisfatória, o que também é ressaltado pelo fato de mais da metade dos respondentes terem escolhido esse ponto em uma

pergunta aberta. Ou seja, realmente essa praia é tida como “top of mind” pelos visitantes, o que sugere que ao mencioná-la espontaneamente em suas respostas, há um destaque para a sua posição como o ponto turístico mais lembrado.

39. Você gostaria de adicionar alguma sugestão?

Concluindo, o formulário contou com uma pergunta aberta voltada para a coleta de relatos dos mais variados tipos: sugestões, pedidos ou reclamações. Deste modo, atuando como um espaço livre para que os respondentes possam expressar suas opiniões com mais detalhes, caso desejarem.

Gráfico 47: Avaliação do Parque Nacional Marinho



Amostra Válida: 133 respondentes

Para garantir uma análise mais direta e organizada das sugestões dos respondentes, os comentários foram categorizados em grupos, seguindo uma abordagem semelhante às pesquisas anteriores. A única mudança realizada foi a inclusão das categorias **"Sinalização"** e **"Aeroporto"**, devido à quantidade significativa de respostas específicas relacionadas a esses tópicos. Sendo assim, avalia-se separadamente cada aspecto:

Infraestrutura (**23,08%**): Com um pouco mais de 23% das respostas focadas na infraestrutura, fica evidente que os visitantes estão preocupados com a condição geral da ilha. A crítica à falta de investimentos em melhorias fora da área do parque reflete uma percepção de descuido por parte dos visitantes. Segue abaixo alguns dos comentários relacionados a esse tema:

- *"A ilha não tem estrutura turística fora do parque, por ser um local turístico fiquei decepcionado com o cuidado das praças, calçadas."*
- *"A ilha precisa investir mais em infraestrutura para poder justificar os custos do turista."*
- *"A infraestrutura da ilha pode melhorar. Deveria haver um cuidado maior em relação a coleta de lixo e controle de animais. Além disso, um cuidado maior das vias de acesso, possibilitando pessoas com dificuldade de locomoção também poderem se locomover na ilha."*
- *"Melhorar a revitalização de alguns pontos turísticos."*
- *"Melhoria das ciclovias e passagens de pedestres."*
- *"Precisa melhorar e muito a infraestrutura (estradas) da ilha."*

- *“Saneamento precisa melhorar muito.”*
- *“A infraestrutura da ilha está ficando velha."*

Acesso e transporte (**16,92%**): Em segundo lugar, o maior número de comentários dos visitantes foram relacionados ao acesso e transporte na ilha. Sendo assim, o acesso às praias e o transporte interno foram pontos de preocupação para aproximadamente 17% dos respondentes. Indicando assim, que a qualidade das estradas e a conveniência dos meios de locomoção têm um impacto na experiência dos turistas. Exemplos de feedback incluem:

- *“Acessos terrestres às praias são terríveis. A pavimentação da ilha inteira precisa melhorar.”*
- *“Estradas de acesso às praias e calçadas.”*
- *“Melhorar o acesso à praia do Sancho.”*
- *“Melhorar o acesso a praia do sancho. Aumentar e intensificar a segurança dos bombeiros em relação ao banho no mar e principalmente na escada da praia do sancho.”*
- *“Melhorar as estradas de acessos às praias. Falta pavimentação no acesso até as praias.”*
- *“Roads need improvement, not only at touristy spots. The locals deserve good infrastructure too” - "As estradas precisam de melhorias, não apenas nos pontos turísticos. Os moradores locais também merecem uma boa infraestrutura."*

Associação Civil ESPM RIO – EMPRESA JR. / Consultoria de Marketing / Rua do Rosário, nº 111 – 9º andar – Centro
CEP 20041-004 – Rio de Janeiro – RJ / CNPJ 03.419.601/0001-21

Preços e taxas (**16,15%**): Alguns visitantes sentem que os preços praticados na ilha, bem como as taxas cobradas, são altas em relação ao valor percebido dos serviços e infraestrutura oferecidos. Inclusive houveram feedbacks diretamente relacionados ao parque e ao valor do ingresso:

- *"As taxas deveriam ser monitoradas quanto a sua real utilização"*
- *"Preços muito altos."*
- *“A TPA pode ser melhor utilizada em benefício da ilha, considerando ser um valor alto para a falta de estrutura em geral, ruas esburacadas, esgoto a céu aberto, hospital em má conservação. A taxa é para preservação da ilha e esse dinheiro não é revertido à ilha.”*
- *“Cobrar por entrada em cada PIC, a taxa por 10 dias é extorsiva. Dispor um termo de responsabilidade ao turista, a proibição de acesso a determinados locais é irritante, e a obrigação de contratação de guia caracteriza venda casada e também é extorsiva. A política do parque é totalmente agressiva e antipática em relação ao turista, além de caro. É um absurdo cobrar o dobro ao estrangeiro.”*
- *“Reduzir as taxas da tpa e acesso ao parque.”*
- *“Taxas e valores muito elevados, muito acima do esperado mesmo sendo uma ilha.”*

Preservação e meio ambiente (**11,54%**): Nota-se um aumento da preocupação dos respondentes com esse tema, considerando que na pesquisa anterior o percentual de comentários foi de 5,93%. Sendo assim, torna-se evidente que os visitantes valorizam a conservação do ecossistema único de Fernando de Noronha e estão cada vez mais preocupados com aspectos que dizem respeito à preservação. Na pesquisa atual, os comentários abordaram uma variedade de fatores, e não se concentraram principalmente no lixo, como na anterior:

- *"Limitação de visitantes no parque visando maior preservação ambiental."*
- *"Coloquem mais fiscais, cuidado em relação ao lixo nas praias."*
- *"Melhoria da coleta de lixo na rua da ilha; diminuir a frota de carros; flexibilizar o abastecimento de água nas trilhas, pois, ao exigir a compra da garrafa térmica, torna-se uma política elitista. Pode-se considerar que a pessoa já está utilizando a garrafa plástica."*
- *"Obrigação de portabilidade de saco de lixo para consumo nas praias e multa para fumantes."*
- *"Proibir o uso de caixinhas de som nas praias, poluição sonora."*
- *"Vigiar mais os plásticos perto das praias."*
- *"Limitação no número de visitantes, restrições para a manutenção do ecossistema e mais monitoramento/informação nas piscinas naturais."*

Aeroporto (**10,77%**): Considerando o significativo número de comentários exclusivamente relacionados ao aeroporto de Fernando de Noronha, foi realizada uma segmentação específica para esse aspecto. Embora seja fato que o aeroporto não esteja sob a responsabilidade do Parnamar, reconhece-se que uma avaliação abrangente de diversos aspectos da ilha proporciona uma compreensão mais completa e próxima das necessidades dos visitantes.

- *"Melhorar as condições de chegada e saída no aeroporto."*
- *"Melhorar os serviços privados, especialmente de aviação."*
- *"A companhia Voepass deveria melhorar muito, péssima."*
- *"Aeroporto é o ponto fraco da ilha."*
- *"Melhora do aeroporto e vias de acesso em relação à infraestrutura."*
- *"Aeroporto é um caos, companhia aérea Voepass não deveria operar atendimento péssimo."*
- *"Melhorar a pontualidade da Voepass, eles têm cancelado voos, oferecem somente estadia e tpa. Alimentação e transporte fica por conta do usuário, prejudicado. Fui obrigada a permanecer mais 3 dias na ilha, o que transformou meu passeio em pesadelo."*

Agendamento e organização (**7,69%**): Alguns turistas destacaram dificuldades com o agendamento de atividades e trilhas, dificuldade em ter vagas disponíveis.

- *"Agendar guias para certas trilhas parecia complicado, então não fizemos."*
- *“Aumentar a disponibilidade das trilhas como a trilha do atalaia.”*
- *“Desenvolvimento de App com informações sobre maré e condições de banho/mergulho e visibilidade das praias da ilha. Ex: Leão tem dias em que o banho não é permitido.”*
- *“Mais horários (vagas) para agendamento de trilhas.”*
- *“Mudança. Serviços online, gerenciamento de mais idiomas.”*

Segurança (**6,15%**): A respeito da segurança na ilha, alguns visitantes mencionaram preocupações tanto com as praias quanto com locais turísticos de Fernando de Noronha. Comentários relacionados a salva-vidas voltaram a se repetir na pesquisa atual, sendo o aspecto mais mencionado em relação à segurança dos visitantes. Exemplos:

- *"Mais segurança nos locais turísticos, principalmente no Porto."*
- *“Evitar com que as pessoas pulem do “Buraco da marquezine” - risco de lesão e os bombeiros não fazem nada só observam. Bombeiros negligentes e ignorantes.”*
- *“Falta informações sobre segurança na trilha São José.”*
- *“Mais salva vida nas praias.”*

- *“Ter salva-vidas nas praias.”*
- *“Melhorar a sinalização e guarda-vidas.”*

Atendimento (**3,85%**): Alguns turistas manifestaram descontentamento com o atendimento que receberam, seja em serviços turísticos ou na interação com os moradores locais, ocorrendo situações em que os visitantes se sentiram mal acolhidos ou não receberam a assistência necessária ao solicitar informações ou serviços. Diante desse fato depreende-se que um bom atendimento promove uma imagem positiva do destino, e também contribui para a satisfação e experiência positiva dos turistas na ilha.

- *“Acompanhem a prestação de serviço com relação ao turista.”*
- *“Fazer cursos com os guias turísticos para atenderem melhor.”*
- *“Melhorar o atendimento dos nativos com turistas.”*
- *“Precisa urgente melhorar o atendimento humano em alguns pontos da ilha.”*
- *“Hablar un poco al menos de castellano.”- “Falar, ao menos, um pouco de espanhol.”*

Sinalização (**3,85%**): A respeito da sinalização, alguns dos respondentes expressaram a necessidade de melhorias. Tanto para orientação, quanto para garantir a segurança nos pontos turísticos. Dito isso, considerando a diversidade de trilhas e pontos de interesse na ilha, uma sinalização clara e precisa é crucial para ajudar os turistas a explorar a área com segurança.

- *"Mais placas sinalizadoras e há excesso de atribuições para os funcionários, as placas resolveriam isso."*
- *“Sinalizações das praias, táxis correr menos nas ruas e calçadas.”*
- *“Placas de informação no forte sobre o que é proibido.”*
- *“Melhorar as sinalizações nas ruas.”*

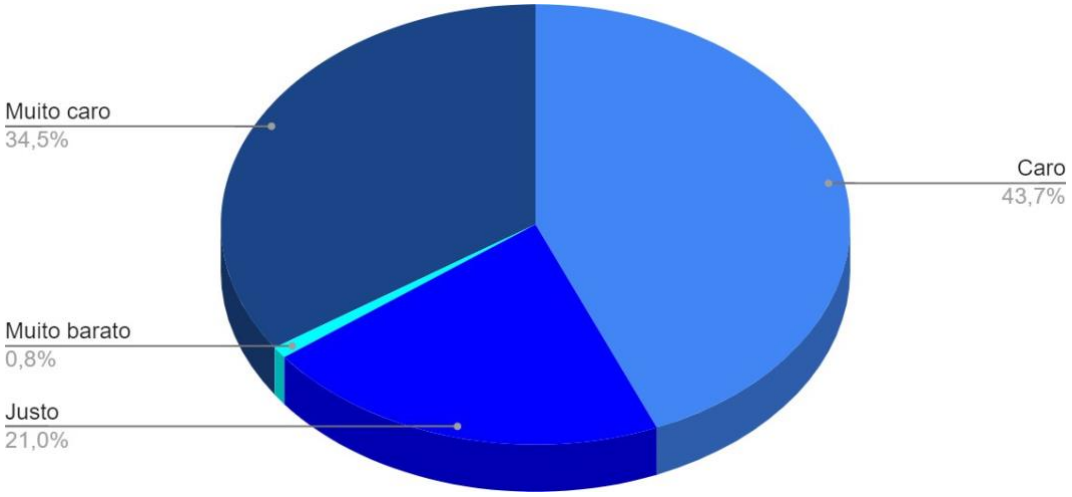
3.7 Cruzamento de Dados

11. Você entende a diferença entre a TPA e o ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha cobrado pela Econoronha?

X

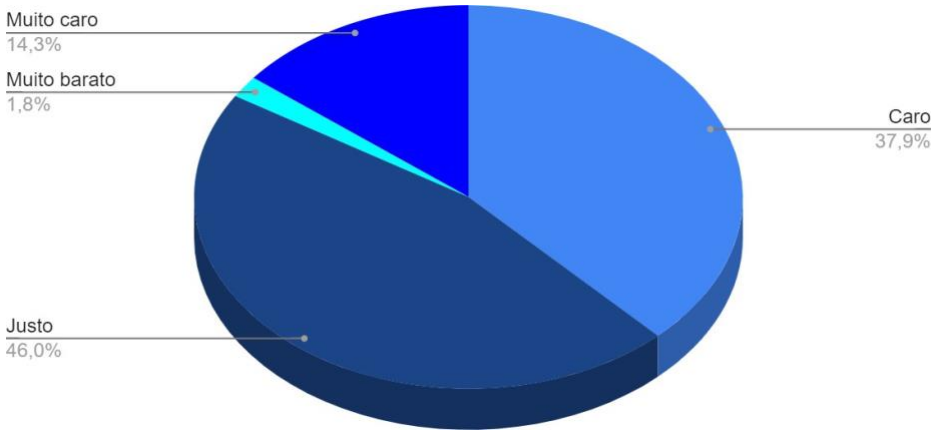
13. Como você avalia o valor cobrado pelo ingresso do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha?

Gráfico 48: Percepção do Valor Cobrado dos que Votaram “Não”



Amostra Válida: 119 respondentes

Gráfico 49: Percepção do Valor Cobrado dos que Votaram “Sim”



Amostra Válida: 272 respondentes

Com base no gráfico acima nota-se que a percepção de que o ingresso para o Parque Nacional Marinho é **“caro”** ou **“muito caro”** prevalece para aqueles que **não** entendem sua diferença para a TPA. Enquanto, a percepção de **“justo”** ou **“caro”** é predominante para aqueles que entendem essa diferenciação.

Observa-se que os percentuais de **43,7%** e **34,5%** para as opções que consideram o valor **caro** e **muito caro** é tida para os respondentes que **desconhecem** a diferença entre taxas. Dito isso, torna-se perceptível que a noção de valor para os que não possuem familiaridade com as taxas de Fernando de Noronha é muitas vezes influenciada por um pensamento pré estabelecido de que este é um destino turístico com preços e taxas elevadas. Além de que, a falta de informação sobre a finalidade e diferenciação entre as taxas cobradas, leva alguns visitantes a julgarem os preços sem compreenderem plenamente os benefícios proporcionados pelo investimento no Parque Nacional Marinho e na conservação ambiental de Fernando de Noronha.

Por outro lado, dentre os respondentes que optaram pela opção **“sim”**, ou seja, entendem a diferenciação entre as taxas, a avaliação atribuída ao valor do ingresso do Parnamar é tida como **justa** por **46%** desse público. Na pesquisa de dezembro de 2023 esse percentual foi de **39%**, retratando um aumento e uma crescente conscientização da utilização do valor cobrado. Mostrando assim que há uma relação custo-benefício positiva para esses respondentes. Mas, a noção de **“caro”** ainda prevalece em segundo lugar, com um percentual de **“37,9%”**, valor igual a pesquisa anterior que também apresentou um percentual de **“37,9%”** nesse mesmo aspecto. Por fim, com relação às respostas **“sim”**, percebe-se uma diminuição na percepção **“muito**

caro” que anteriormente apresentou uma parcela de **22%** das respostas, enquanto na pesquisa atual esse valor caiu para **14,3%.**

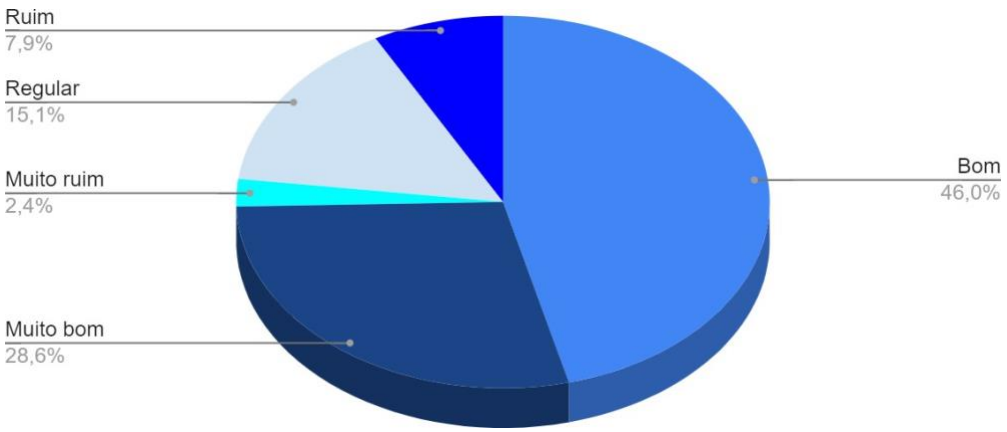
Com base nos dados e análises acima obtém-se a mesma conclusão vista em pesquisas anteriores: “**Os consumidores que entendem a diferença entre a TPA e o ingresso estão mais inclinados a perceber o valor como justo, ao mesmo tempo que os clientes que desconhecem a distinção entre elas estão mais propensos a considerar o preço excessivo.”**

23. Você contratou um guia turístico para os passeios?

X

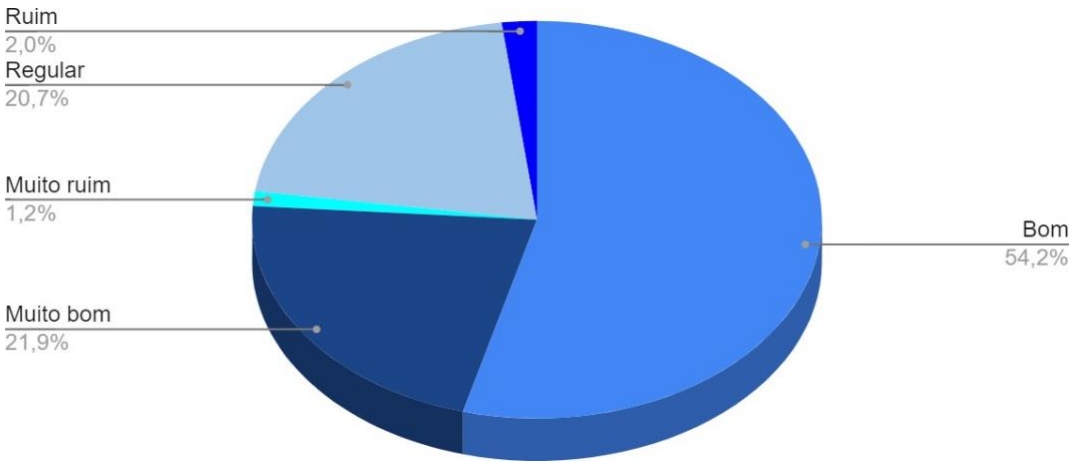
19. Como você avalia o Parque Nacional Marinho em relação à sinalização?

Gráfico 50: Percepção da Sinalização dos que Votaram “Não”



Amostra Válida: 126 respondentes

Gráfico 51: Percepção da Sinalização dos que Votaram "Sim"



Amostra Válida: 251 respondentes

O cruzamento desses dados foi feito com o intuito de compreender melhor o papel dos guias turísticos no contexto do parque e sua sinalização. Sendo assim, é possível obter insights sobre a eficácia desses profissionais em orientar os visitantes e complementar as informações fornecidas pelos direcionamentos do parque, além de verificar como a percepção de sinalização é tida por aqueles que não contrataram esse serviço.

Em primeiro lugar verifica-se que o percentual de visitantes que classificaram a sinalização como **"ruim"** ou **"muito ruim"** é maior para aqueles que não contrataram o serviço de guias; o percentual é de **7,9%** e **2,4%** respectivamente. Enquanto para os que fizeram o uso desse serviço a classificação da sinalização como negativa é tida por um total de **3,2%** dos respondentes.

Ademais, para aqueles que usufruíram do serviço de guia a classificação **“bom”** foi tida por mais da metade dos entrevistados; **54,2%** alegaram que a sinalização do Parnamar é boa. Enquanto para os que preferiam visitar o parque por conta própria a classificação **“bom”** obteve um percentual de **46,0%.** Mas, com relação a avaliação **“muito bom”** percebe-se que o percentual foi maior para aqueles que não contrataram um guia turístico, **28,6%** contra **21,9%.**

De forma geral, analisando o percentual de respostas favoráveis e desfavoráveis, tem-se que os visitantes que **contrataram guias** tendem a avaliar a **sinalização** de forma mais **positiva** em comparação com aqueles que não o fizeram, o que pode indicar que esses profissionais desempenham um papel significativo em ajudar os visitantes a entender e navegar pelo parque de forma eficiente.

Sugerindo assim, que os guias turísticos podem oferecer informações adicionais, esclarecimentos ou insights que melhoram a experiência geral do visitante em relação à sinalização. Além disso, destaca a importância de uma orientação especializada para os visitantes aproveitarem ao máximo a visita no parque.

3.8 Análise Qualitativa

Com o intuito de adquirir uma compreensão mais profunda das experiências dos visitantes do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, foi aplicada uma pesquisa qualitativa. Através de entrevistas em profundidade, a pesquisa explorou aspectos como o nível de conhecimento do parque, agendamento de trilhas, transmissão de informações dos guias,

opiniões sobre o PIC, e sobre as garrafas squeeze. Desta forma, foram realizadas **12 entrevistas** que auxiliaram no entendimento da satisfação e conhecimento do público.

A **primeira etapa** da pesquisa questiona os entrevistados sobre os **materiais informativos** sobre o Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, e sobre o **agendamento de guias turísticos** e **trilhas**. Ao serem questionados sobre os materiais informativos, parte dos entrevistados afirma que não possuiu contato com esses materiais ou ou que receberam mas não utilizaram, porém outros afirmam que receberam materiais informativos sobre o Parque e que esses materiais foram úteis para localização, entendimento da delimitação do Parque na ilha, e para formar o roteiro dos dias durante a estadia em Fernando de Noronha.

Uma das entrevistadas também afirmou que levou o material como uma recordação de sua estadia na ilha, desta forma, percebe-se que os materiais informativos sobre o Parque são úteis, no entanto muitas informações são deixadas de lado, não agregando o devido valor ao Parque na experiência dos visitantes.

Sobre a experiência com **guias turísticos**, em sua maior parte foi **essencial para os entrevistados**, e auxiliou na visita à ilha. Uma das entrevistadas se mostrou satisfeita com o trabalho do guia que acompanhou seu grupo, e apontou: *"Nós fomos privilegiados. Pra mim foi o melhor guia que teve, ele tinha um preparo, que eu nunca vi um guia tão preparado pra fazer o que ele fez…"*, e, de acordo com ela, ele mencionou e orientou sobre o Parque Nacional Marinho, incluindo a fauna e flora local.

Outro entrevistado também afirmou ter agendado passeios com um guia, e de acordo com ele, *"Foi boa a experiência com o guia. Foi o que salvou da ilha, na verdade".* A boa experiência dos turistas em relação aos guias possibilita a compreensão de que este serviço vem sendo positivo para os visitantes. Além do agendamento de guias turísticos, os entrevistados também foram questionados sobre o **agendamento de trilhas**, e grande parte afirmou que agendou, e todos tiveram uma **boa experiência**.

Quando questionados sobre o **valor e o pagamento para o acesso ao Parque**, os entrevistados dividem opiniões. Um dos entrevistados afirmou: *"Acho caro, mas a estrutura é boa, então entendo o motivo do valor".* Outros não enxergam como caro, apenas como justo. Outro entrevistado afirmou que, *"Acho tudo muito caro, não entendo o motivo do valor, entenderia se esse dinheiro voltasse para quem vinha - pro turista - seria perfeito, mas não volta".* Um grupo de entrevistados também afirmou que *"Até que o preço é válido, mas algumas coisas aqui ainda precisam ser melhoradas na ilha. A gente vê alguns cantos sem acessibilidade, teve uma pessoa que estava com criança e aí tem que andar mais devagar, então para o que a gente paga a gente tem pouca acessibilidade para pessoas com dificuldade de locomoção"*.

Desta forma, fica claro que **o consumidor acha caro**, porém com os investimentos e as informações corretas, **torna-se possível justificar o preço para o público** e auxiliar na compreensão de como este valor vem sendo aplicado.

A **segunda etapa** da pesquisa questiona os entrevistados sobre os **PICs**, e em sua maioria, os visitantes afirmaram que não ouviram sobre os Postos de Informação e Controle, porém mostraram conhecer e entender o que são ao ser explicado. Logo em seguida, são questionados sobre as **placas e a**

sinalização nos pontos turísticos e PICs. Parte dos entrevistados, afirmaram se lembrar de pelo menos uma das placas nos locais, e outra parte afirmou não prestar atenção nas placas dos locais.

Como **última etapa** da pesquisa, os entrevistados foram questionados sobre a compra de ingressos do Parque, e parte se mostrou satisfeita, porém outros estavam insatisfeitos com as formas de pagamento disponíveis e o valor dos ingressos. Um dos entrevistados afirmou que *"Lá no informativo tá que parcela, mas não parcelaram"* ao adquirir o ingresso presencialmente, além de apontar o preço como *"muito caro"*. Outra entrevistada, que adquiriu o ingresso de forma online, apresentou insatisfações em relação aos métodos de pagamento, afirmando que centralizou a compra de seu grupo de viagem, por não ter uma experiência fácil e intuitiva ao tentar adquirir os ingressos de forma individual, e que foi informada que poderia realizar o pagamento no débito, porém que o site não apresentou esta opção.

4. Ferramentas Extras

4.1. Ferramenta I: Cliente Oculto no Site de Ingressos do Parque

A técnica do cliente oculto foi criada para avaliar serviços em setores comerciais que lidam diretamente com o cliente final. Nessa abordagem qualitativa, um "pesquisador" atua como cliente, observando e interagindo com os funcionários para avaliar a qualidade do atendimento. Nesse caso, o cliente oculto visa compreender a experiência do usuário no site do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha, analisando pontos positivos e negativos durante a compra de ingressos e posteriormente o agendamento de trilhas.

4.1.1 Metodologia

A pesquisa ocorreu tanto no site de compras dos ingressos do Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha, quanto na área destinada especificamente aos agendamentos de trilhas. As avaliações ocorreram em um domingo (24/03/2024), durante a tarde, por volta das 16h00min, e em uma quinta-feira (02/05/2024), pela manhã, por volta das 10h00min.

4.1.2 Compra de Ingressos

Foram estabelecidos critérios a serem avaliados no que diz respeito ao processo de navegação dos clientes no site. Os quesitos foram: busca pelo site no navegador, experiência do usuário no processo de compra de ingressos e agendamento de trilhas, mudança de idiomas, cadastro, navegabilidade, desempenho, encaminhamento para links externos, compatibilidade com diferentes dispositivos, e suporte ao cliente em casos de dúvida.

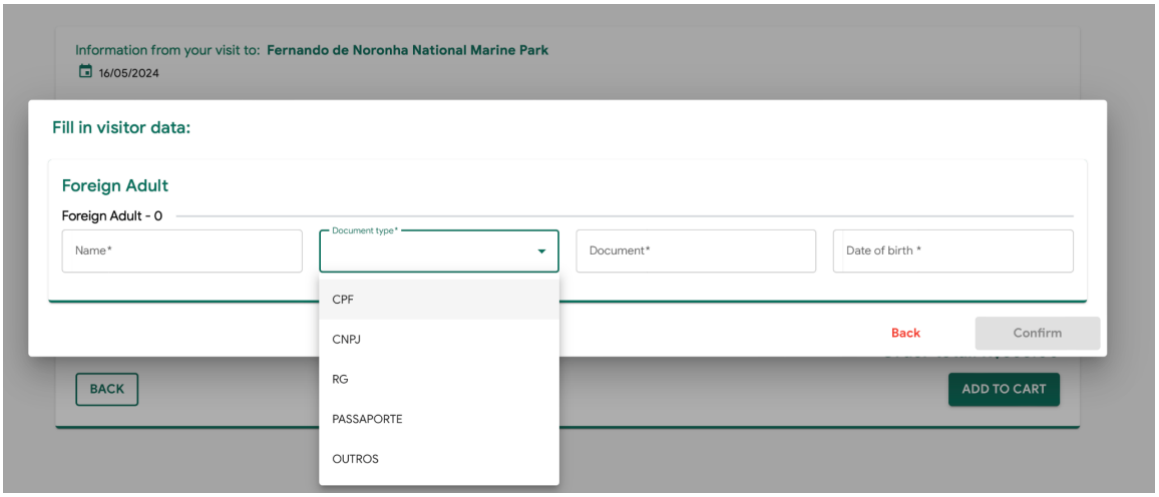
Busca pelo site no navegador

A facilidade de encontrar um site através de mecanismos de busca é crucial para o sucesso do mesmo. Diante desse cenário, uma simples busca no Google pelos termos "Ingressos Noronha" ou "Tickets Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha" revela-o entre as primeiras opções. Isso demonstra que o site tem boa otimização para mecanismos de busca, facilitando a experiência dos usuários que procuram informações sobre o parque ou a região. A alta visibilidade é um ponto positivo, pois atrai mais tráfego e aumenta a confiança dos usuários, demonstrando credibilidade e autoridade de mercado.

Mudança de idiomas

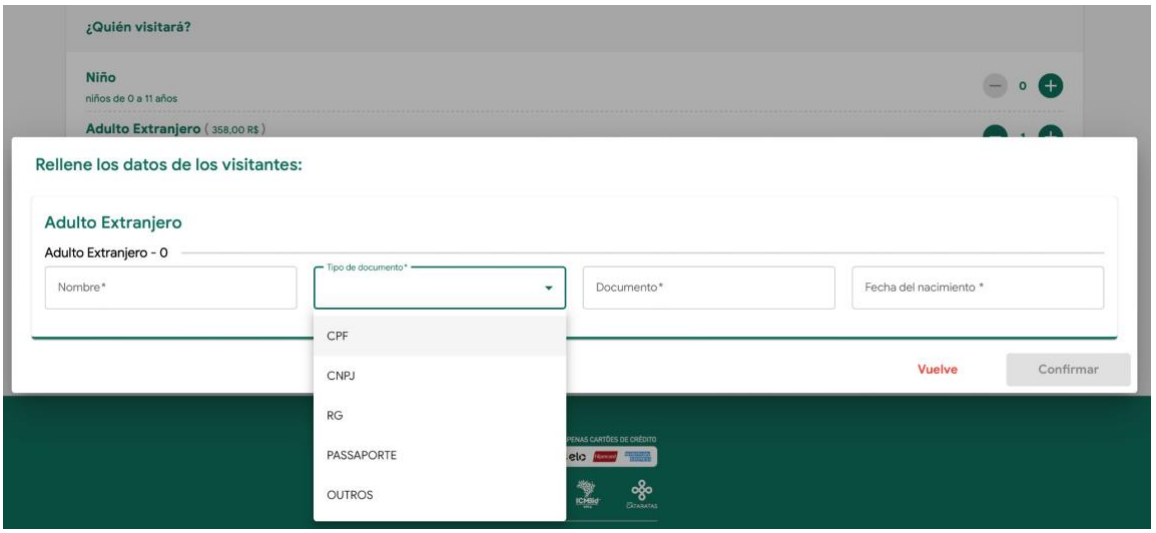
Uma vez no site, a possibilidade de alterar o idioma é importante para atender as diferentes nacionalidades de turistas do Parnamar. O site oferece a opção de trocar entre português, inglês e espanhol, o que proporciona uma experiência, de certa forma, inclusiva, pois o inglês e o espanhol estão entre as 5 línguas mais faladas no mundo. No entanto, um problema surge ao preencher informações para a compra: certas palavras, como "passaporte" e “outros”, permanecem em português mesmo após a troca para as outras línguas. Esse detalhe pode criar confusão ou incerteza para usuários que não falam português.

Imagem 1: Erro de idioma, em inglês, no site



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 2: Erro de idioma, em espanhol, no site



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

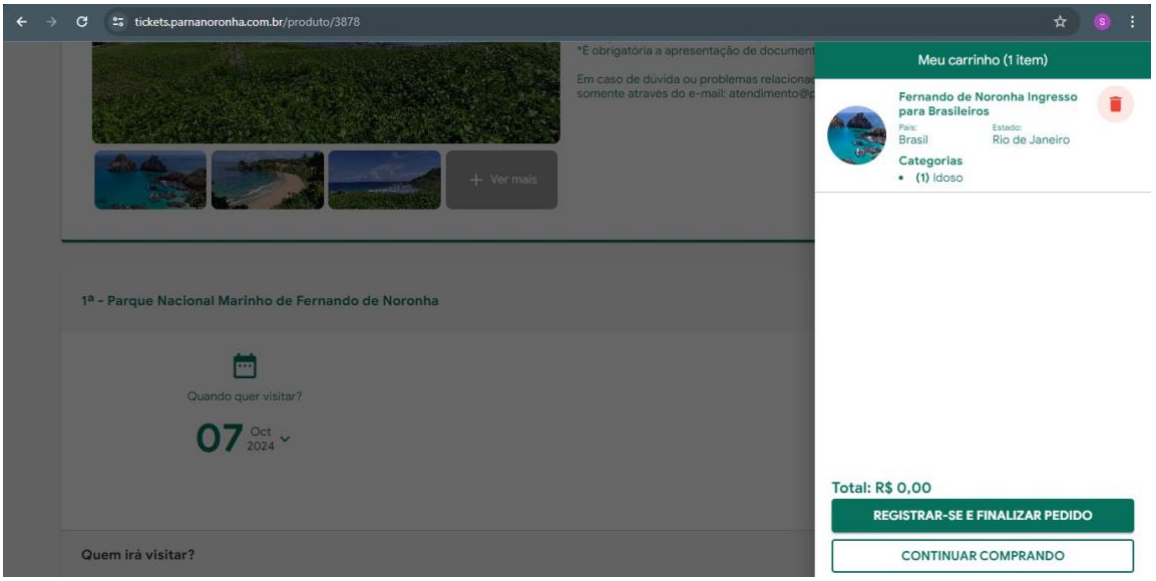
Processo de cadastro

Ao prosseguir para o cadastro, é possível perceber que o processo é simplificado e direto. O usuário é solicitado a fornecer informações básicas e necessárias para efetuar compras online, como nome, endereço, e-mail, e detalhes de pagamento. Além disso, a familiaridade com outros sites voltados para o mesmo objetivo faz com que os usuários não encontrem dificuldades nessa etapa, tornando-a um processo sem complicações. E para aqueles que não possuem familiaridade com esse tipo de processo, a realização do cadastro também se mostra objetiva.

No entanto, o usuário não é informado sobre a necessidade de realizar o cadastro no site até na etapa final do processo de compra, gerando confusão no momento de finalizar a compra do ingresso, e podendo influenciar

negativamente na retenção do público. A alternativa adequada para solucionar este possível problema, seria incluir um pop-up, ou direcionar o comprador ao cadastro assim que selecionar a data da viagem, tornando o processo mais intuitivo para o usuário e retendo o público na etapa da finalização da compra.

Imagem 3: Carrinho e finalização do pedido



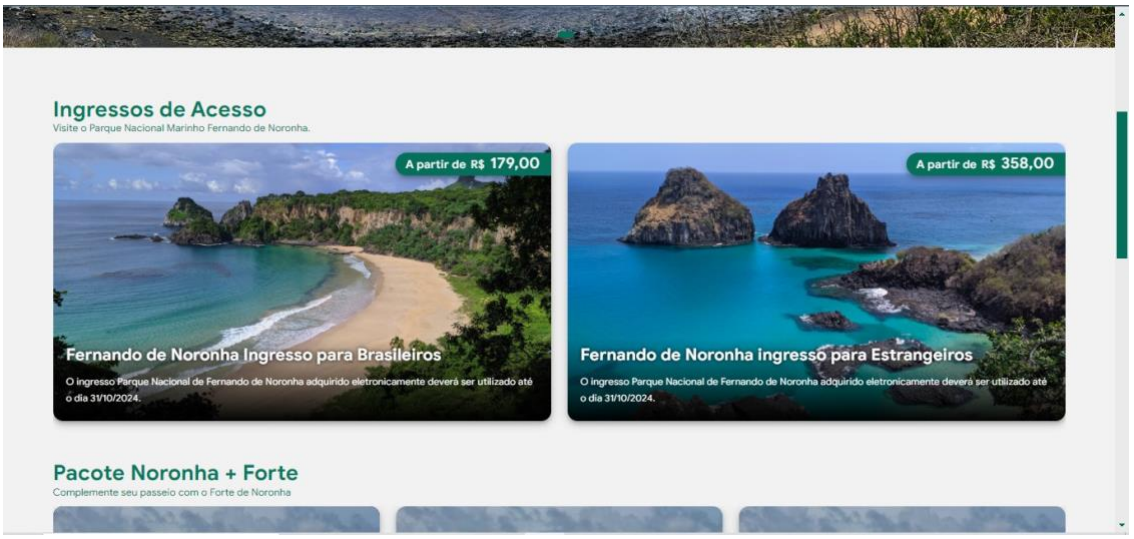
Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Navegabilidade

Navegar pelo site é uma experiência que não apresenta obstáculos, pode-se perceber que os menus são bem organizados, e os usuários conseguem encontrar o que procuram sem problemas, principalmente por possuir uma interface intuitiva. O que permite que até os usuários com menos experiência de compras ou navegação online se direcionem facilmente. Isso se deve ao fato de que as principais ações estão em destaque, como por exemplo o local destinado aos ingressos de acesso (imagem 4). Além disso, o design do

site também contribui para uma experiência agradável, reduzindo possíveis frustrações do usuário.

Imagem 4: Apresentação intuitiva dos ingressos de acesso



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

No entanto, um aspecto que pode ser melhorado para otimizar sua eficácia, seria a inserção de mecanismos voltados para uma maior acessibilidade. Apesar do site se mostrar eficiente em termos de navegabilidade, adicionar a possibilidade de textos e imagens alternativas, utilização de alto contraste de cor, e a opção de escutar a leitura das páginas, o tornaria mais inclusivo e acessível, a fim de atender consumidores com necessidades específicas.

Desempenho do site

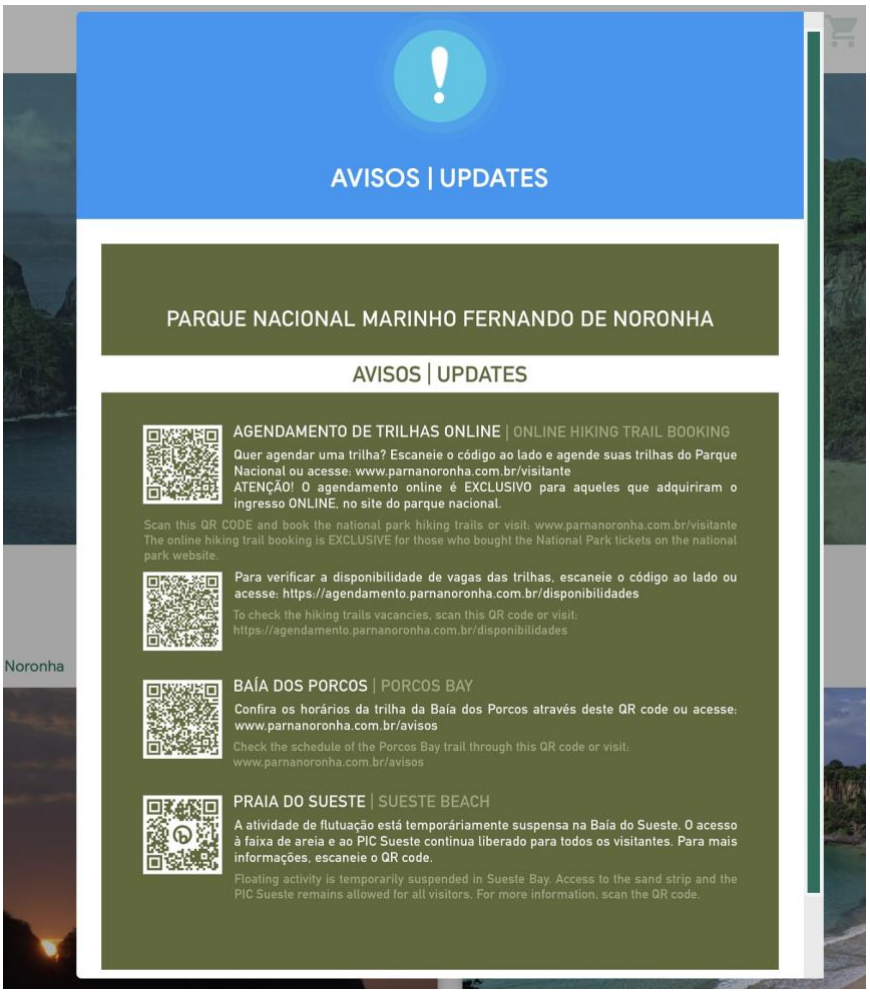
O site possui um desempenho sólido, com páginas que carregam rapidamente e sem tempos de espera excessivos. Isso é importante para

manter a atenção do usuário e evitar a perda de interesse devido a atrasos. Sendo assim, ele gera uma uma experiência positiva e aumenta a probabilidade de conversão de visitantes em clientes.

Links externos

O site possui links para outras plataformas e redes sociais, como TripAdvisor, Instagram, YouTube e Facebook. Esses links são úteis para expandir a experiência do user e fornecer informações adicionais. No entanto, há uma pop up de avisos sobre trilhas que só aparece uma vez quando o usuário entra no site, e não se repete. Se o usuário não notar esse aviso, pode perder informações importantes. Além disso, para facilitar a experiência do consumidor, nesta pop up também deve haver um link clicável ou que possa ser copiado. Isso se deve ao fato de que ao disponibilizar apenas os QRs codes faz-se necessário que o cliente possua mais de um dispositivo para poder escaneá-lo, o que pode vir a ser um empecilho para aqueles que não tenham essa diversidade de aparelhos.

Imagem 5: Aviso sobre trilhas no site



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Compatibilidade com dispositivos móveis

A compatibilidade do site com dispositivos móveis é outro fator importante. O site funciona bem em smartphones, tablets e computadores, oferecendo uma experiência consistente e sem problemas de desempenho ou

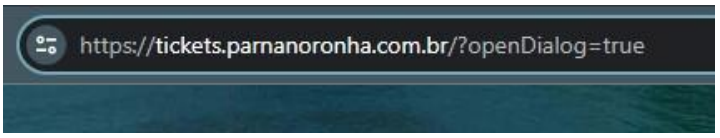
Associação Civil ESPM RIO – EMPRESA JR. / Consultoria de Marketing / Rua do Rosário, nº 111 – 9º andar – Centro
CEP 20041-004 – Rio de Janeiro – RJ / CNPJ 03.419.601/0001-21

layout. Com a crescente utilização de dispositivos móveis, essa compatibilidade é essencial para alcançar um público mais amplo.

Segurança do site

A segurança é uma preocupação fundamental para qualquer site de comércio eletrônico. Este site utiliza protocolos seguros, como HTTPS, para proteger as informações do usuário durante transações online. A presença de recursos de segurança robustos ajuda a construir confiança entre os usuários, reduzindo a preocupação com fraudes ou violações de dados.

Imagem 6: Aviso sobre trilhas no site



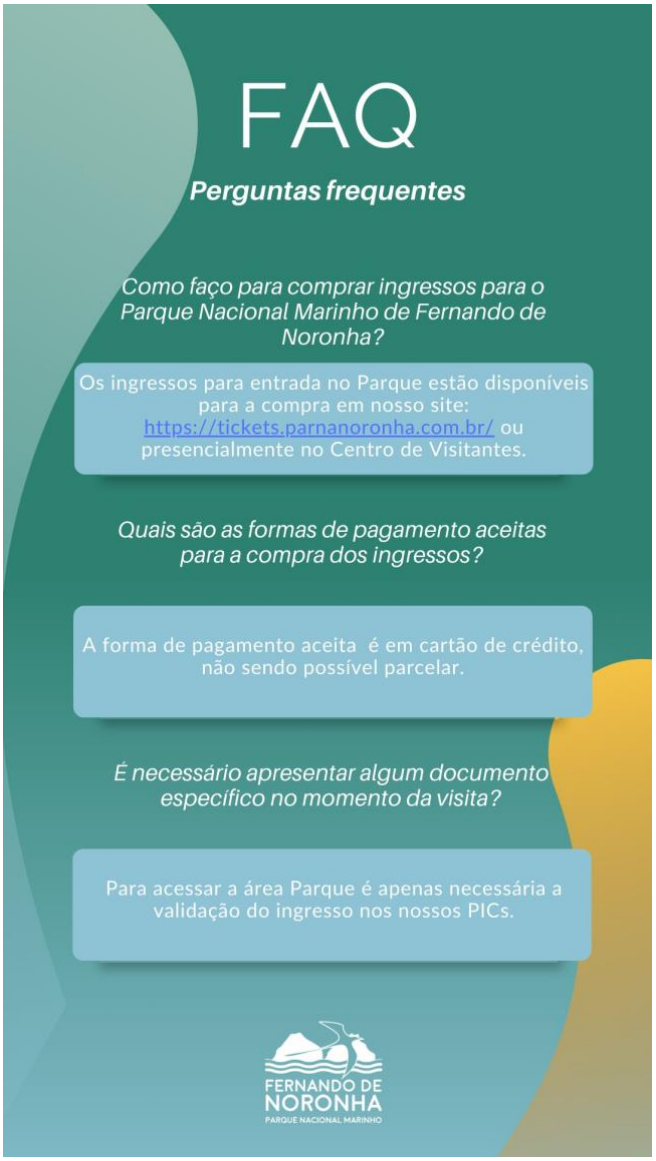
Fonte: Construído pelo autor, 2024

Suporte ao cliente

O único meio de contato é por e-mail, o que pode ser lento e frustrante para usuários que precisam de assistência rápida. A falta de um canal de suporte em tempo real pode resultar em uma experiência negativa e afastar potenciais clientes. A criação de uma aba destinada a um FAQ, ou seja, área voltada a perguntas frequentes pode vir a ser uma boa estratégia, pois

assim, as dúvidas mais comuns já estarão contempladas no próprio site, retirando a necessidade de um contato direto com a equipe do parque.

Imagem 7: Mockup do FAQ



Fonte: Construído pelo autor, 2024

Política de reembolso e cancelamento

A clareza das políticas de reembolso e cancelamento é fundamental para a confiança do cliente. No entanto, estas informações não são facilmente encontradas. Portanto, é possível concluir que a falta de transparência sobre essas políticas pode criar incerteza e gerar insatisfação entre os usuários, sendo um fator negativo para o site.

Facilidade de pagamento

O site oferece apenas um método de pagamento - cartão de crédito em apenas uma vez, no entanto, o processo de pagamento é seguro e rápido, e sem complicações desnecessárias.

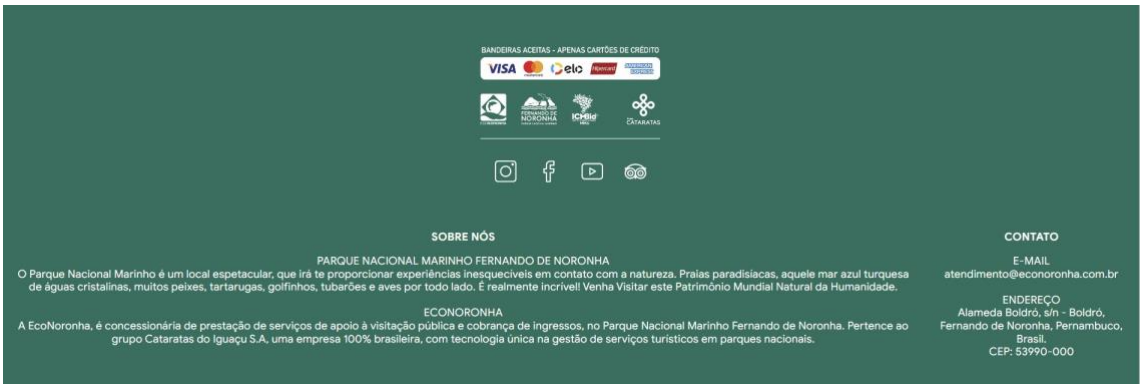
Apesar disso, a falta na variedade de opções de pagamento ainda é um fator que pode influenciar negativamente na experiência de compra do consumidor, dificultando a retenção do público que possui interesse em pagar de outras formas.

Uma possível opção para os métodos de pagamento seria a inclusão do pagamento através de cartão de débito, ou Pix, facilitando o processo do comprador e evitando possíveis insatisfações ou desinteresse em finalizar a compra.

Além disso, o fato de só ser aceito cartões de crédito é apenas sinalizado na parte inferior do site. O que é um ponto negativo, pois muitas vezes ao navegar pela página o usuário não chega nessa área, ou seja, ao clicar diretamente na parte de ingressos de acesso o visitante não possui essa informação. Fazendo com que ele saiba desse aspecto apenas quando for

efetivamente realizar o pagamento. Uma opção para destacar essa informação para os usuários, seria na etapa de preencher os dados do pagamento, possibilitando com que fique evidente e claro para os compradores dos ingressos qual o método de pagamento aceito pelo parque.

Imagem 8: Rodapé do site



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Experiência do usuário

A experiência geral do usuário no site é positiva, mas há espaço para melhorias. O desempenho e a navegabilidade são bons, mas problemas com o suporte ao cliente e algumas inconsistências na troca de idiomas e informações ao iniciar o processo de compra, a necessidade de maior dinamização do cadastro do usuário no site e a falta da possibilidade de outros métodos de pagamento podem prejudicar a experiência.

Em relação ao pagamento, é importante considerar a inclusão de novas formas, e de parcelas aos visitantes que adquirirem o ingresso pelo cartão de crédito. A falta de métodos de pagamento disponíveis pode influenciar negativamente na conversão dos visitantes que desejam comprar através do serviço online.

Imagem 9: Ícone de alto contraste em destaque



Fonte: Governo Federal, 2024

4.1.3 Agendamentos de Trilhas

Tendo em vista a importância do agendamento de trilhas, mapeamos todo o processo de agendamento após a compra do ingresso. A técnica utilizada também foi por meio do cliente oculto, a fim de adentrar na experiência do usuário mapeando possíveis dores e satisfações.

Email de confirmação

Após a compra do ingresso, esse é o primeiro contato do cliente com o agendamento de trilhas. O mesmo recebe um email de confirmação de compra no qual há o acesso ao ingresso e um call to action[3] para realizar o agendamento desses passeios, convidando o cliente para clicar no link e entrar no site de agendamento.

Imagem 10: Confirmação de compra via email



Confirmação de compra

Olá ESPM JR.

Sua compra **LB11238952** foi autorizada

Data da Compra:	05/05/2024 - 11:24
Titular para retirada:	ESPM JR
Valor total:	R$ 0.00

PARQUE NACIONAL MARINHO FERNANDO DE NORONHA

VOCÊ SABE COMO UTILIZAR O SEU VOUCHER NO PARQUE NACIONAL? VEJA AQUI COMO FUNCIONA.

O Voucher que você recebeu após a compra do ingresso online, serve para acessar todos os atrativos do Parque Nacional e realizar agendamentos de trilhas.
Para acessar os atrativos é muito simples! Basta apresentar o voucher, com o seu celular, na entrada de cada um deles.

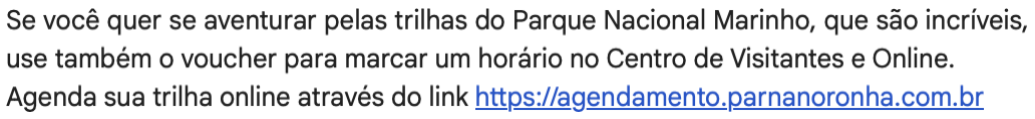
Se você quer se aventurar pelas trilhas do Parque Nacional Marinho, que são incríveis, use também o voucher para marcar um horário no Centro de Visitantes e Online.
Agenda sua trilha online através do link https://agendamento.parnanoronha.com.br

Caso prefira ter o cartão de acesso em mãos, ao invés do voucher, vá a algum dos PIC's (Golfinho-Sancho, Sueste ou Leão) ou até a bilheteria do Centro de Visitantes e solicite a troca.

Clique aqui para acessar os detalhes da compra e realize o download dos ingressos

Fonte: E-mail do usuário, 2024

Imagem 11: Call to action para agendar trilhas



Se você quer se aventurar pelas trilhas do Parque Nacional Marinho, que são incríveis, use também o voucher para marcar um horário no Centro de Visitantes e Online.
Agenda sua trilha online através do link https://agendamento.parnanoronha.com.br

Fonte: E-mail do usuário, 2024

Imagem 12: Site do agendamento



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Página inicial do site de agendamento

A imagem acima refere-se a página inicial do site de agendamento na qual o usuário precisa escolher o idioma antes de começar a de fato utilizá-lo. Após a escolha do idioma, é necessário validar o ingresso; esse processo é simples e objetivo, basta o usuário seguir as instruções e digitar o código como solicitado.

Em seguida, chega o momento do usuário escolher qual trilha deseja agendar. São 7 trilhas, sendo elas: Abreu, Atalaia, Morro São José - caminhando, Capim Açu, Pontinha Caieiras, Atalaia + Pontinha Caieiras (Atalaia Longa) e Morro São José - a nado. É importante ressaltar que para realizar as respectivas trilhas: Capim Açu, Pontinha Caieiras, Atalaia +

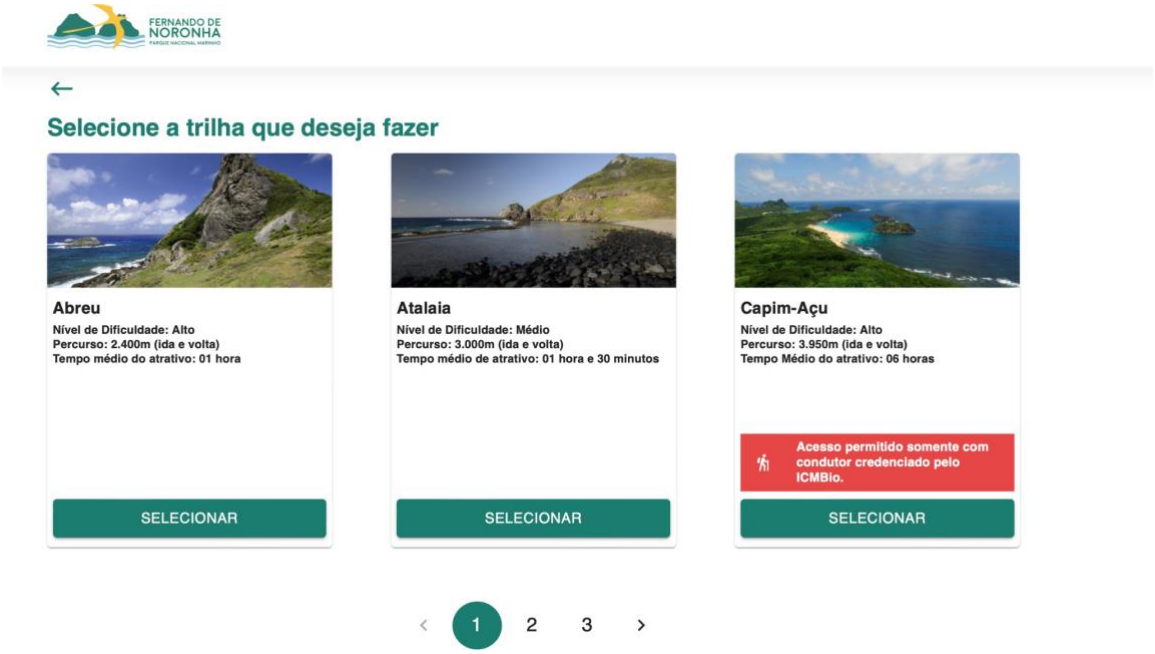
Pontinha Caieiras (Atalaia Longa) e Morro São José - a nado, é necessário estar acompanhado(a) do condutor credenciado do ICMBio, pois o acesso só é permitido com a presença do mesmo, fato que é evidenciado na página de agendamentos.

Escolha da trilha

O processo de escolha de qual trilha o turista deseja fazer dentre as opções disponíveis é objetivo e intuitivo, desde o layout da página até a navegabilidade. São 7 opções de trilha, todas são citadas no tópico acima. Na página de escolha de opções, há um breve resumo em cada uma delas, incluindo seu nível de dificuldade, percurso e tempo médio do atrativo.

Após selecionar uma das 7 opções, o usuário acessa uma página com informações importantes e necessárias para planejar seu passeio. Nesta página, são utilizados ícones que representam atrativos como por exemplo, piscina natural e mirante, além de informações como o uso obrigatório de equipamentos. Vale ressaltar que o conteúdo da página depende do percurso escolhido, ou seja, da trilha que o cliente deseja fazer.

Imagem 13: Escolha de trilhas



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 14: Informações importantes



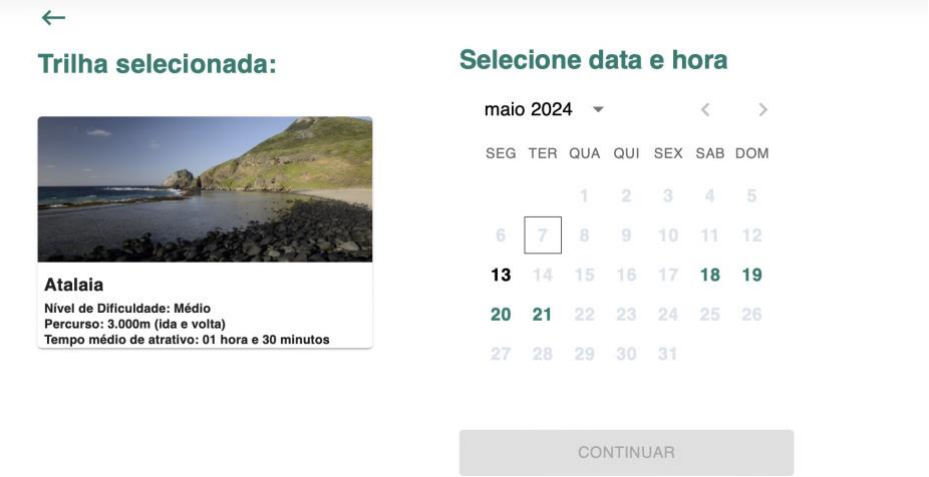
Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Agendamento

O processo de agendamento inicia após o usuário ler as informações importantes e confirmar a escolha da trilha selecionada como opção. É chegada a hora de selecionar a data desejada para realizar a trilha, logo após, o cliente escolhe um horário dentre as opções disponíveis, e assim, é possível ver quantas vagas estão em aberto e quantas vagas cada trilha permite por dia.

Após escolher dia e horário, o usuário pode selecionar para quantas pessoas está realizando o agendamento. Tal processo é excelente para pessoas que estão fazendo viagem em grupo ou com a família, pois dessa maneira, é possível realizar o agendamento de todos simultaneamente e otimizar o tempo, além de poupar esforços e garantir que todos façam a mesma trilha sem que alguém fique de fora da atração turística.

Imagem 15: Escolha da data



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 16: Escolha do horário



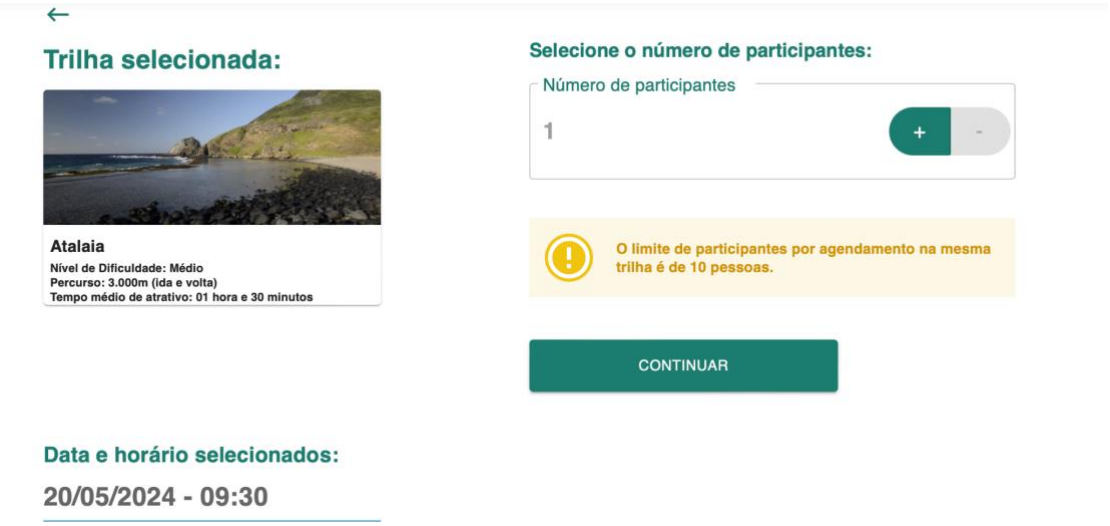
Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 17: Vagas disponíveis de acordo com data e horário



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 18: Número de participantes



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Confirmação

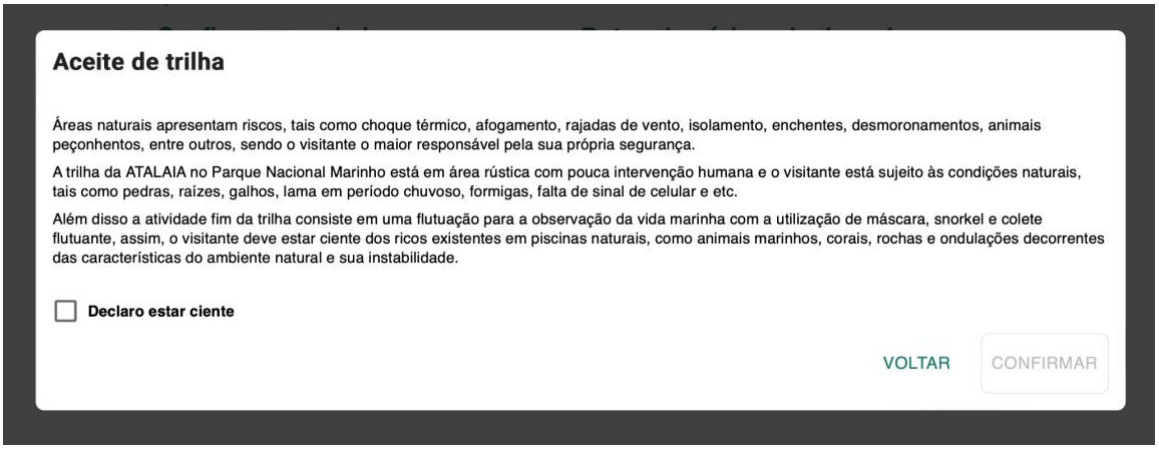
O processo de confirmação do agendamento acontece após o usuário ter realizado os passos descritos nos tópicos acima. É importante ressaltar que o cliente tem 15 minutos para que possa confirmar a trilha escolhida, data e horário e o (os/as) participantes sem que perca a vaga. Assim que confirmar, o mesmo precisa ler e concordar com o aceite de trilha que contém informações importantes, e apenas após isso o agendamento é realizado com sucesso e o usuário recebe um email de confirmação. Nele contém informações importantes, como por exemplo: obrigações, o que não é permitido e um aviso sobre sapatos, além de instruções caso o cliente opte por cancelar a trilha.

Imagem 19: Página de confirmação



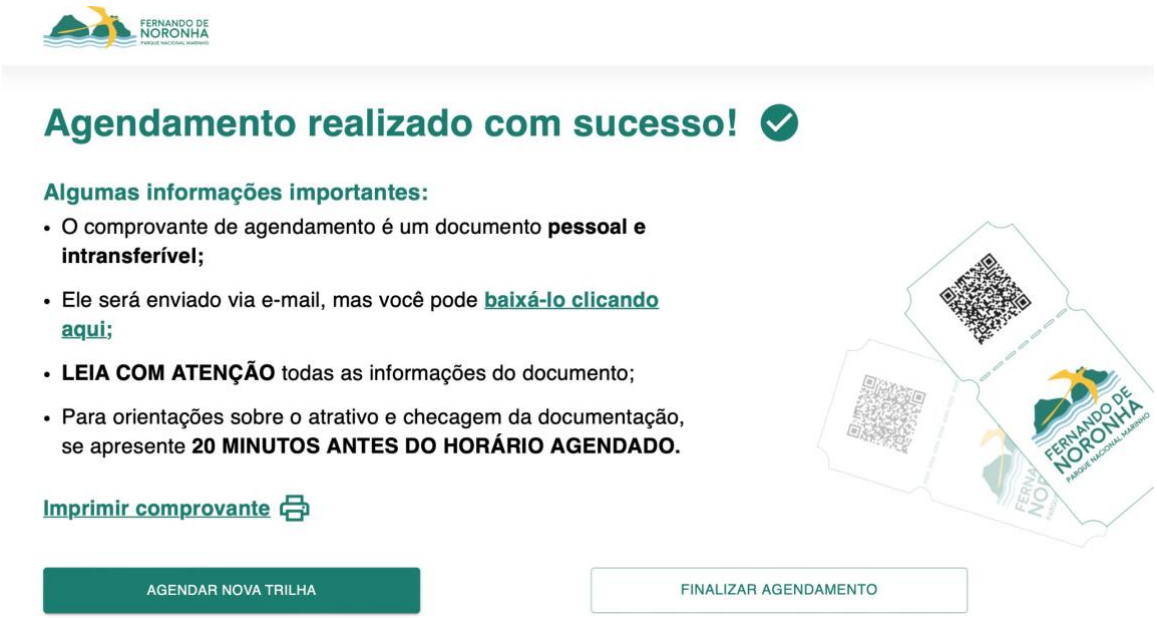
Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 20: Aceite de trilha



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Imagem 21: Agendamento realizado com sucesso



Fonte: Site do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, 2024

Considerações finais

Após analisar todo o processo de agendamento de trilhas online, observou-se que a experiência do consumidor foi positiva, sem problemas significativos ou áreas que exigissem grandes melhorias. A única exceção foi a impossibilidade de agendar mais de uma trilha ao mesmo tempo.

Para resolver essa questão, recomendamos a implementação de uma ferramenta no site que permita ao usuário agendar múltiplas trilhas em uma única operação. Essa funcionalidade otimizaria o tempo do cliente e aumentaria a satisfação do mesmo.

Além dessa sugestão, cabe destacar que o site tem design e layout intuitivos, proporcionando uma experiência de navegação satisfatória. O processo de confirmação de agendamento por e-mail também é rápido e eficaz.

Com base nesses aspectos, podemos concluir que o agendamento de trilhas online é eficiente e atende bem às expectativas dos usuários. Sendo assim, uma possível sugestão é o mapeamento desse processo de forma presencial. A fim de verificar possíveis gargalos na experiência do consumidor, analisar de forma mais próxima como o processo ocorre no Centro de Visitantes pode trazer insights sobre problemáticas que não acontecem de forma online.