UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS

Especialização em Gestão Pública de Turismo e Desenvolvimento Regional

MAYARA DE OLIVEIRA CORRÊA

Satisfação dos Frequentadores do Parque Urbano Quinta da Boa Vista:

Um Estudo Exploratório

Juiz de Fora

2026

MAYARA DE OLIVEIRA CORRÊA

Satisfação dos Frequentadores do Parque Urbano Quinta da Boa Vista: Um Estudo Exploratório

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Pública do Turismo e Desenvolvimento Regional, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista. Área de concentração: Turismo.

Orientador: Marcelo Ferreira Trezza Knop, DSc.

Juiz de Fora

2026

Corrêa, Mayara.
Satisfação dos Frequentadores do Parque Urbano Quinta da Boa Vista : Um Estudo Exploratório / Mayara Corrêa. -- 2026.
31 f.

Orientador: Marcelo Knop
Trabalho de Conclusão de Curso (especialização) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Especialização em Gestão Publica de Turismo e Desenvolvimento Regional, 2026.

1. Quinta da Boa Vista. 2. Visitante. 3. Parque Urbano. 4. Satisfação. 5. Experiência. I. Knop, Marcelo, orient. II. Título.

MAYARA DE OLIVEIRA CORRÊA

Satisfação dos Frequentadores do Parque Urbano Quinta da Boa Vista:

Um Estudo Exploratório

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Especialização em Gestão Pública do Turismo e Desenvolvimento Regional, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista. Área de concentração: Turismo.

Aprovada em 27 de Março de 2026

BANCA EXAMINADORA

_____

Marcelo Ferreira Trezza Knop, DSc. – Orientador - Universidade Federal de Juiz de Fora

_____

Dra. Carla Conceição Lana Fraga – Universidade Federal de Juiz de Fora

_____

Dra. Laura Sinay – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

_____

Dra. Ana Patrícia Silva – Universidade do Estado do Rio de Janeiro

À minha mãe e à minha noiva, mulheres da minha vida e companheiras de todas as horas. Sem o amor, a paciência e o incentivo de vocês, subir esse degrau não seria possível. Dedico este trabalho a vocês!

AGRADECIMENTO

À Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), pela oportunidade ímpar de cursar uma especialização gratuita e de excelência. Instituições que prezam pela qualidade do ensino público são fundamentais para o desenvolvimento e formação de profissionais comprometidos com a gestão pública. Aos professores, tutores e colegas deste curso, por compartilharem seus conhecimentos e pela dedicação ao longo de toda esta caminhada. Seus ensinamentos foram os pilares que sustentaram a construção deste estudo. Ao meu orientador, professor Marcelo Knop, pela parceria e paciência. Agradeço imensamente pelas sugestões valiosas, pelas correções minuciosas na escrita e pelo incentivo constante que foram essenciais para o amadurecimento desta pesquisa. Às professoras convidadas para a banca examinadora, pelo carinho, pela disponibilidade e pelas influências positivas que exerceram em minha história acadêmica e pessoal. É uma honra contar com o olhar atento e a expertise de mulheres que tanto admiro. Por fim, novamente à minha família, pelo suporte emocional e por compreenderem as ausências necessárias durante este ciclo de estudos. Vocês são o meu porto seguro!

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o nível de satisfação dos frequentadores do parque urbano Quinta da Boa Vista, localizado no Rio de Janeiro, investigando a percepção dos usuários sobre a infraestrutura e a qualidade dos serviços prestados. A relevância desta investigação justifica-se pela posição do parque como um dos principais polos de lazer da Região Metropolitana, cuja gestão demanda um equilíbrio entre a preservação do patrimônio histórico e a necessidade de atender às crescentes demandas sociais de seus visitantes. Metodologicamente, a pesquisa caracteriza-se como um estudo descritivo/exploratório de natureza quantitativa, operacionalizado por uma amostragem não probabilística, usando a técnica bola de neve (*snowball sampling*), que permitiu a obtenção de 235 respostas válidas. Os dados foram submetidos a uma análise uni e bivariada, visando identificar, além do nível de satisfação geral dos respondentes, possíveis correlações entre variáveis demográficas, comportamentais e a satisfação declarada. Os resultados demonstram um índice de satisfação geral positivo, com média de 3,60 e mediana de 4,0 em uma escala de 1 a 5, evidenciando uma homogeneidade de opiniões entre distintos perfis de usuários. Não foram observadas variações estatisticamente significativas entre gênero, faixa etária ou local de residência, o que aponta para um consenso na percepção da experiência de visitação. Por outro lado, a análise das respostas abertas indicou pontos críticos, especialmente sobre segurança, iluminação e conservação de banheiros. Conclui-se que, embora a Quinta da Boa Vista cumpra seu papel social de forma satisfatória, a gestão pública necessita intervir com foco em infraestrutura básica e segurança para elevar a experiência do usuário. O estudo contribui com recomendações práticas que auxiliam o planejamento e controle da administração do parque, sugerindo-se, para trabalhos futuros, a análise de sazonalidade e o estudo de acessibilidade do espaço.

Palavras-chave: Quinta da Boa Vista; visitante; parque urbano; satisfação; experiência.

ABSTRACT

This study aims to analyze the satisfaction level of visitors to the Quinta da Boa Vista urban park, located in Rio de Janeiro, investigating users' perception regarding the infrastructure and the quality of services provided. The relevance of this investigation is justified by the park's position as one of the main leisure hubs in the Metropolitan Region, whose management demands a balance between the preservation of historical heritage and the need to meet the growing social demands of its visitors. Methodologically, the research is characterized as a descriptive and exploratory study of a quantitative nature, operationalized through non-probabilistic sampling using the snowball sampling technique, which yielded 235 valid responses. Data were subjected to univariate and bivariate analysis to identify, in addition to the respondents' general satisfaction level, potential correlations between demographic and behavioral variables and declared satisfaction. The results demonstrate a positive general satisfaction index, with a mean of 3.60 and a median of 4.0 on a 1 to 5 scale, evidencing a homogeneity of opinions across different user profiles. No statistically significant variations were observed regarding gender, age, or place of residence, indicating a consensus in the perception of the visit experience. On the other hand, the analysis of open-ended responses pointed to critical issues, especially regarding safety, lighting, and restroom maintenance. It is concluded that although Quinta da Boa Vista fulfills its social role satisfactorily, public management needs to intervene with a focus on basic infrastructure and safety to enhance the user experience. The study contributes with practical recommendations to assist the park's administrative planning and control, suggesting, for future research, the analysis of seasonality and accessibility studies of the area.

Keywords: Quinta da Boa Vista; visitor; urban park; satisfaction; experience.

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO**	8
1.1	PROBLEMA E OBJETIVO	8
1.2	JUSTIFICATIVA	9
2	**REFERENCIAL TEÓRICO**	10
2.1	PARQUES URBANOS	10
2.2	PESQUISA DE MAKETING	12
2.3	SATISFAÇÃO	13
3	**ASPECTOS METODOLÓGICOS**	15
3.1	PROCEDIMENTOS DE AMOSTRAGEM	15
4	**ANÁLISE DE DADOS**	17
4.1	PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	17
4.2	USO DO PARQUE	19
4.3	EXPERIÊNCIA E SATISFAÇÃO DO USUÁRIO	23
5	**CONSIDERAÇÕES FINAIS**	28
	REFERÊNCIAS	30

1 INTRODUÇÃO

A Quinta da Boa Vista, localizada no bairro de São Cristóvão, é o segundo maior parque urbano da cidade do Rio de Janeiro. Antiga residência oficial da Família Real Portuguesa e Imperial Brasileira, o complexo de 155 mil metros quadrados é hoje um dos maiores espaços de lazer e contemplação da Região Metropolitana. Este parque histórico abriga alguns pontos turísticos como: Museu Nacional e o BioParque (Riotur, 2026).

No entanto, a gestão de parques urbanos em metrópoles globais enfrenta o desafio constante de equilibrar a preservação do patrimônio histórico com as demandas crescentes de infraestrutura e segurança de seus frequentadores (Sakata; Gonçalves; Macedo, 2018). A problemática deste estudo surge do contraste entre a relevância simbólica do parque em estudo e as dificuldades de manutenção relatadas nos últimos anos.

Segundo dados da Prefeitura do Rio de Janeiro e da Secretaria Municipal de Turismo (Data Rio, 2024), o parque recebe uma média de 50 mil visitantes por final de semana. Esse fluxo de visitantes gera uma pressão intensa sobre o transporte público, a limpeza e os serviços de apoio. O incêndio do Museu Nacional em 2018 marcou um período de declínio na percepção de valor do parque, mas o início das obras de restauração e a inauguração do BioParque trouxeram um novo fôlego à região.

Segundo o levantamento feito pela prefeitura (Riotur, 2025), o Rio recebeu quase 7 milhões de turistas no primeiro semestre de 2025. O maior fluxo de turistas se concentra em áreas abertas e de acesso público gratuito, com destaque para as praias e parques urbanos, segundo o relatório. O aumento na visitação de parques na cidade em 2025 foi de aproximadamente 15% em comparação com o período anterior. O maior parque urbano da cidade, Parque do Flamengo, registrou mais de 7 milhões de visitas entre janeiro e junho do ano passado. Esses dados demonstram a importância desses espaços para a população.

1.1 PROBLEMA E OBJETIVO

O problema a ser investigado neste trabalho é: Qual o nível de satisfação dos frequentadores do Parque Quinta da Boa Vista, em São Cristóvão - Rio de Janeiro? Por isso, este trabalho tem como objetivo geral descrever e analisar como é a relação dos frequentadores

com o parque urbano, a fim de aprofundar sobre a experiência deles e a possível contribuição que a Quinta da Boa Vista traz para essa população. Como objetivos específicos temos:

- Apresentar o perfil sociodemográfico dos frequentadores;
- Descrever as possibilidade de uso do parque na opinião dos respondentes;
- Analisar o nível de satisfação da população em relação ao espaço;
- Propor intervenções em relação ao uso do parque e as demandas usuários.

1.2 JUSTIFICATIVA

Entender o nível de satisfação dos frequentadores é fundamental para orientar políticas públicas e investimentos privados. Conforme aponta Malhotra (2019), “a eficácia de um serviço público ou privado só pode ser mensurada através da percepção do cliente final” que nesse caso é o cidadão. Portanto, este estudo exploratório justifica-se pela necessidade de fornecer dados empíricos que possam auxiliar na melhoria da experiência do usuário e na fidelização dos visitantes deste patrimônio histórico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo é a base conceitual da pesquisa, funcionando como um mapa de orientação da investigação. Nele apresenta-se e discute-se as teorias, estudos e conceitos que sustentam o tema. O trabalho, portanto, não parte do zero, ele está inserido em uma base de conhecimento já existente onde encontra-se lacunas para aprofundar.

2.1 PARQUES URBANOS

Para entender melhor sobre a natureza nas cidades, iniciaremos pela distinção entre os tipos de áreas com vegetação. “Áreas verdes”, por exemplo, é um termo amplo e muito usado para espaços que possibilitam o equilíbrio ecológico e oferecem benefícios, podendo ser estéticos e de lazer. Essas áreas são fundamentais para o planejamento urbano, considerando que são indicadores de qualidade ambiental e por isso sua manutenção se justifica (Bargos; Matias, 2011).

Bargos e Matias (2011) aprofundam outra definição, os “Parques Urbanos” que são considerados áreas verdes maiores que praças e jardins, e vão além da função estética, proporcionando para a população possibilidades diversas de uso para a saúde e bem-estar. O entendimento certo desses lugares permite que as políticas públicas sejam mais produtivas, para a gestão planejar e ordenar o território. Assim, o parque é um local para amenizar os efeitos do processo de urbanização que vivemos e, também, um ambiente de interação para a população.

O crescimento urbano desordenado trouxe impactos negativos, sendo assim, a conexão com a natureza torna-se necessária para enfrentar de forma mais equilibrada essa situação. Szeremeta e Zannin (2013) explicam que o afastamento da natureza tem gerado aproximação com o ruído e poluição, além de falta de descanso, o que afeta diretamente a saúde mental e física. Nesse sentido, os parques urbanos surgem como lugares que possibilitam estímulos naturais, levando em conta nossa capacidade hormonal, esse contato pode reduzir o estresse, e ainda promover uma melhora no bem-estar, inclusive psicológico.

Além da saúde mental, a presença desses espaços é um fator determinante para o combate ao sedentarismo e à obesidade. Com o avanço tecnológico, essas doenças acometem uma grande parte da população, por isso pensar em combate é importante para a saúde mundial. A existência de infraestrutura adequada e atraente nos parques incentiva a prática regular de atividades físicas, inclusive recomendada pela Organização Mundial da Saúde. A qualidade

ambiental do parque, que inclui desde a arborização até o controle da poluição sonora, é um fator que influencia na motivação do usuário desses espaços para melhorar sua saúde (Szeremeta; Zannin, 2013).

O interesse por esses ambientes naturais ganhou ainda mais importância no contexto atual, especialmente após períodos de isolamento social vividos na pandemia covid-19. Sancho-Pivoto e Raimundo (2022) observam que houve mudanças nos perfis de lazer e de turismo urbano, onde a procura aumentou por lugares que valorizem a sustentabilidade e o contato com a natureza. Os parques, estrategicamente, passaram a ser vistos como possibilidade de retomada da vida social, oferecendo oportunidades de socialização em locais mais abertos e arejados, diferente do que era comum e massificado.

Nesse sentido, a literatura científica avançou e busca se aprofundar mais nos benefícios que esse contato entre população e natureza proporciona. Você visitar um parque não é apenas considerado lazer, mas algo mais amplo, terapêutico. E isso contribui para a longevidade, aumentando a qualidade de vida da população. A interação ajuda na restauração, após o uso excessivo de tecnologia. Há promoção de uma sensação de renovação que se reflete na qualidade de vida cotidiana dos usuários (Sancho-Pivoto; Raimundo, 2022).

Em estudos de caso recentes, podemos perceber o reforço dessas evidências de forma prática. Sancho-Pivoto, Raimundo e Santos (2025) identificaram que os usuários têm uma percepção de benefícios holísticos, sendo os psicológicos e emocionais os mais destacados. A sensação de paz e tranquilidade proporcionada por esse ambiente e pela beleza da paisagem é acompanhada, em muitos casos, pela melhora na saúde física. Isso pode ser indício de que parques urbanos podem funcionar como um equipamento de saúde pública, acessível a diferentes partes da população.

Por fim, a sugestão da literatura é que à busca por lazer e a fuga da rotina de estresse da vida urbana, sejam as principais motivações para frequentar um parque urbano. A conservação e a segurança desses espaços são essenciais para que os benefícios à saúde sejam plenamente alcançados. Portanto, o investimento na manutenção de parques urbanos se justifica, pois é uma estratégia de prevenção e garante que a natureza continue desempenhando seu papel na promoção da qualidade de vida da população (Sancho-Pivoto; Raimundo; Santos, 2025).

2.2 PESQUISA DE MARKETING

Kotler e Armstrong (2007), entendem a pesquisa de marketing como um processo de desenvolvimento da coleta, análise e relato sistemático de dados. Ela funciona como uma ponte entre o consumidor e a empresa, e permite que os gestores acessem informações detalhadas sobre as demandas e o comportamento do cliente. Dados são transformados em conhecimento que ajudam a entender o cenário e chegar na solução de problemas pontuais do mercado.

Esse processo é desenvolvido com características específicas, contando com rigor metodológico, buscando objetividade. Os autores enfatizam que uma pesquisa de qualidade precisa seguir etapas estruturadas, por exemplo a definição do problema, garantindo que as descobertas sejam confiáveis e imparciais. Além disso, a pesquisa de marketing é uma ferramenta que utiliza diversos instrumentos, como questionários e observação, o que mostra flexibilidade de uso. O foco é gerar valor estratégico para a tomada de decisão da gestão (Kotler; Armstrong, 2007).

Quanto aos tipos de pesquisa, Kotler e Armstrong (2007) fazem a divisão por categorias, de acordo com o objetivo central do estudo. Sendo assim, a pesquisa de mercado pode ser exploratória, descritiva ou causal. A pesquisa exploratória é usada para juntar informações que ajudem a definir problemas e sugerir hipóteses. A pesquisa descritiva foca em descrever fenômenos, como o potencial de mercado de um serviço ou o perfil demográfico dos consumidores. Por último, a pesquisa causal é usada no teste de hipóteses sobre relações de causa e efeito, como o impacto de uma alteração no preço sobre o número de visitas total.

Na visão de Couto et al. (2025), a pesquisa e o planejamento são as ferramentas fundamentais que sustentam o marketing como uma ciência capaz de equilibrar as metas organizacionais com as demandas dos clientes. Esse processo é importante para entender o comportamento humano, permitindo identificar os fatores que influenciam os hábitos de compra e servem de estímulo para as estratégias de mercado. Ao estudar pessoas e organizações por meio da pesquisa, o marketing se torna uma área de estratégia que busca a satisfação das necessidades do público, em níveis cada vez mais altos.

Para completar essa visão, Tabosa (2025) explora como a inovação tecnológica, especificamente a Internet das Coisas (IoT) e a Inteligência Artificial (AIoT), elevou a pesquisa de marketing a um novo patamar de precisão e rapidez. Nessa visão mais atual, a coleta de

dados acontece em tempo real, por meio da conectividade, transformando a experiência do cliente em uma fonte constante de dados. Isso gera *insights,* que alimentam o marketing direcionado por dados. Essa abordagem permite a criação de experiências altamente especializadas, mas exige que a pesquisa de marketing também considere limites éticos, que preservam a privacidade e dados dos usuários.

2.3 SATISFAÇÃO

Souza (2022) estabelece que a Teoria da Desconfirmação das Expectativas nada mais é que a satisfação do usuário resultando de um processo comparativo entre o que ele esperava antes do consumo e sua percepção real após a experiência. No contexto de parques e centros de lazer, essa teoria sugere que o indivíduo avalia o serviço não apenas pela qualidade, mas pelo que faltou ou a diferença entre o que esperava inicialmente e o que aconteceu na realidade. Quando o serviço supera o que era esperado, ocorre uma desconfirmação positiva, que é o principal ingrediente para gerar um sentimento pleno de satisfação.

Analisando o comportamento de usuários de centros públicos de lazer e práticas esportivas, Souza (2022) destaca que a desconfirmação das expectativas possui um impacto direto sobre a satisfação. O estudo aponta que as expectativas são orientadas por experiências que o usuário já teve e promessas do prestador, mas é a percepção do desempenho atual que traz a definição. Em locais como parques, é interessante que haja integração e interação social, bem como a manutenção do espaço para garantir que o usuário perceba um valor superior ao esperado. Essa, pode ser a estratégia mais eficaz para consolidar uma imagem positiva do lugar!

Além disso, a pesquisa de Souza (2022) relaciona a satisfação derivada da desconfirmação positiva com a fidelidade do frequentador. Portanto, quando um parque consegue entregar mais do que o prometido, a probabilidade de o usuário retornar aumenta e isso pode gerar recomendação do local para outras pessoas. Logo, a gestão desses espaços precisa pensar em criar momentos que surpreendam positivamente os visitantes, transformando a confirmação de expectativas em uma experiência memorável.

Complementando essa visão, Santos (2023) observa que em destinos turísticos e áreas de visitação, a satisfação é um aspecto dinâmico influenciado por atributos específicos que podem mudar conforme o contexto externo, como ocorreu no período pós-pandemia. A limpeza, segurança e até a gestão da infraestrutura são atributos promotores de satisfação e

funcionam como aspectos que o visitante usa no seu julgamento, na hora de avaliar se sua expectativa foi atendida. Por isso, é interessante entender quais características o público mais valoriza para que o destino possa alinhar sua oferta e garantir uma desconfirmação positiva.

Por fim, Santos (2023) ressalta que o comportamento do consumidor em locais de lazer e turismo é afetado por fatores pessoais e sociais que moldam o nível de exigência. Quando o gestor de um parque ou destino turístico faz essa avaliação, compreendendo essas variáveis, ele consegue ajustar os serviços para que a percepção de desempenho seja elevada. O resultado final, levando em consideração a teoria da desconfirmação, é a construção de uma relação de confiança entre o visitante e o local. A satisfação deixa de ser algo isolado e passa a ser o foco de uma experiência turística e de lazer de sucesso.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Gil (2008), as pesquisas descritivas têm como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, relacionando variáveis sem a manipulação direta do pesquisador. Essa pesquisa se caracteriza como descritiva/exploratória de abordagem quantitativa, pois além da descrição dos dados, tentou-se correlações de variáveis para encontrar diferença ou semelhança na satisfação geral entre grupos demográficos. Segundo Godoy (1995) esse tipo de pesquisa busca uma realidade objetiva, onde há um distanciamento do pesquisador e do objeto de estudo, e isso garante a neutralidade e a fidedignidade dos dados.

Este estudo segue um processo de investigação linear e estruturado, fundamentado no método científico. Conforme Marconi e Lakatos (2003), a abordagem quantitativa implica na utilização de métodos estatísticos para garantir a precisão dos resultados e evitar distorções de interpretação, isso assegura que o tratamento dos dados forneça uma representação fidedigna da realidade observada.

Como estratégia de coleta de dados, essa pesquisa utiliza o método *survey*, definido por Freitas et al. (2000) como “um procedimento para obtenção de dados ou informações sobre características, opiniões ou comportamentos de grupos de pessoas”. Este método foi escolhido para este estudo pois possibilita a coleta de dados padronizada e após a análise estatística também permite descrever a distribuição de características na população-alvo de forma quantificável e rigorosa. Além disso, permite também testar a relação entre variáveis e tem alta capacidade de ser replicado.

3.1 PROCEDIMENTOS DE AMOSTRAGEM

Sobre o processo de amostragem, foi escolhida a técnica não probabilística por conveniência. De acordo com Malhotra (2019a), “a amostragem por conveniência busca obter uma amostra de elementos convenientes, em que a seleção das unidades amostrais cabe primordialmente ao pesquisador”. A escolha se justifica pela acessibilidade aos respondentes e pela viabilidade de executar a pesquisa dentro do cronograma estabelecido. Esse método é utilizado em pesquisas de natureza descritiva e exploratória por ser menos custoso e permitir a obtenção de informações que seriam de difícil acesso por meios probabilísticos.

Como instrumento da coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, que assegura que todos os respondentes recebam os mesmos estímulos, minimizando o viés do pesquisador (Freitas et al., 2000). Os dados obtidos foram submetidos à análise estatística descritiva, uni e bivariada. Segundo Malhotra (2019b) esta técnica permite a organização, o resumo e a descrição das características do conjunto de dados. O instrumento usado, um questionário elaborado através do *Google Forms*, contou com 18 perguntas, sendo 16 fechadas e apenas 2 perguntas abertas.

Utilizou-se a técnica Bola de Neve (*Snowball Sampling*) como estratégia nesse processo de coleta de dados. Segundo Malhotra (2019), essa técnica é particularmente eficaz quando o objetivo é alcançar populações específicas, partindo de um grupo inicial de respondentes, que referenciam outros indivíduos com características semelhantes. Para a operacionalização da coleta, o processo foi dividido em três etapas: seleção do grupo inicial, expansão da rede e interrupção das respostas. Esta abordagem permitiu o acesso a uma amostra diversificada de usuários do parque, superando as barreiras de dispersão geográfica dos frequentadores que residem em diferentes bairros do Rio de Janeiro.

Inicialmente foi escolhido um grupo formado por 5 pessoas para responder o questionário. Depois, esse grupo indicou mais respondentes, e assim a rede foi tomando forma, onde um indicado tinha a missão de indicar mais 3 pessoas. Esses primeiros recrutados foram pessoas próximas: familiares e amigos. As indicações aconteceram através do compartilhamento do link pelo *WhatsApp* e pela divulgação nas redes sociais (usando o *Instagram* e o *Facebook*).

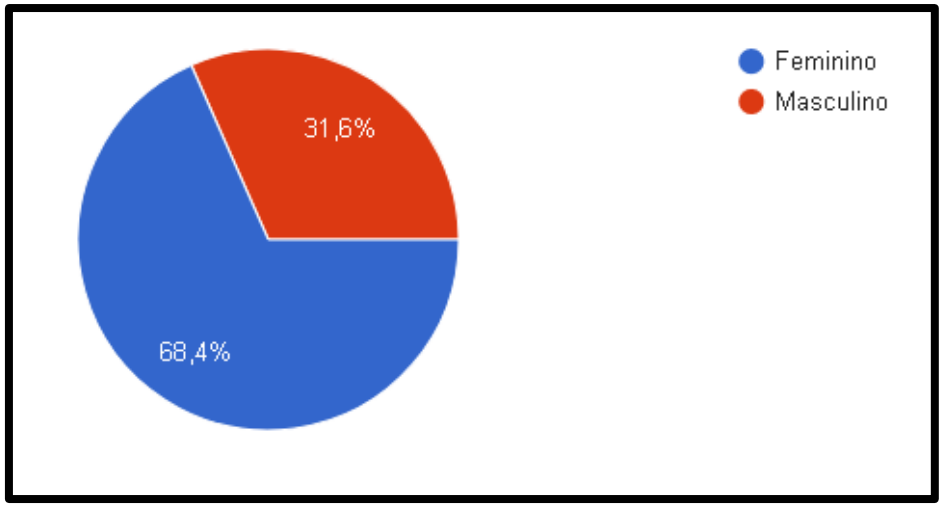
Sendo assim, é fundamental explicitar que essa pesquisa não retrata a população como um todo, mas traz uma caracterização de parte dos frequentadores do parque estudado. Embora a técnica de Bola de Neve apresente limitações quanto à generalização estatística dos resultados, ela é reconhecida pela literatura como uma ferramenta eficaz em estudos exploratórios (Malhotra, 2019).

4 ANÁLISE DE DADOS

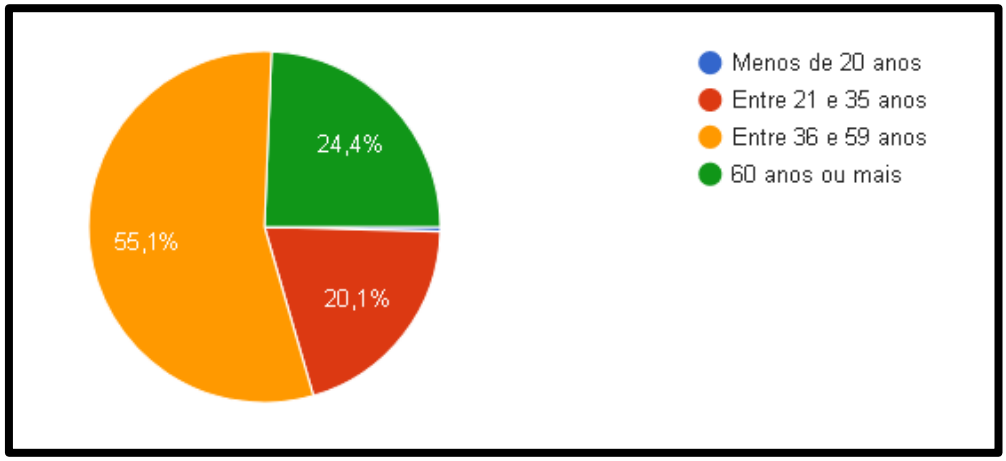
Neste capítulo apresenta-se a base de dados gerada na coleta, discutindo os principais aspectos relacionados aos objetivos específicos do trabalho. Em um primeiro momento traça-se o perfil sociodemográfico dos respondentes, depois aborda-se o uso do espaço pelos frequentadores caracterizando a visita, por fim analisa-se a satisfação dos usuários em suas experiências.

4.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

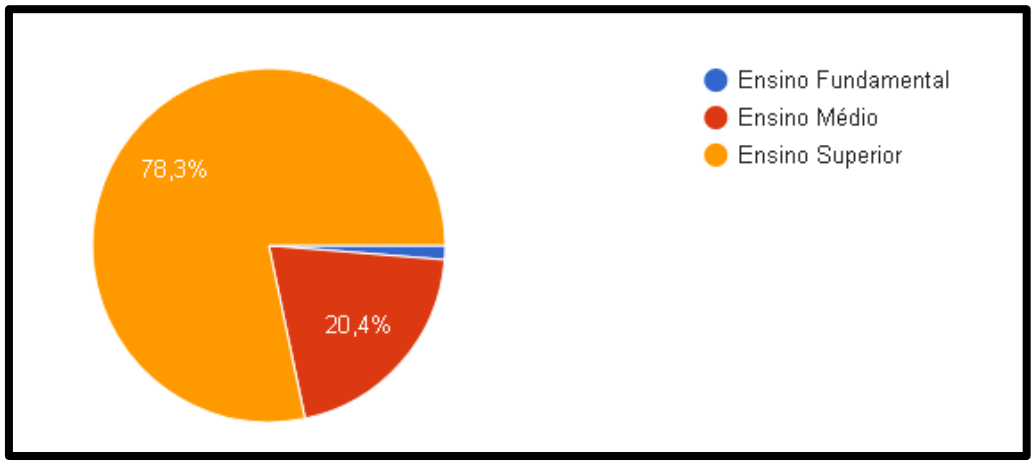
Foram 5 perguntas sobre o perfil dos frequentadores. A primeira delas foi sobre o gênero dos respondentes e como resultado teve-se 160 pessoas do gênero feminino que representam 68,4% da amostra:



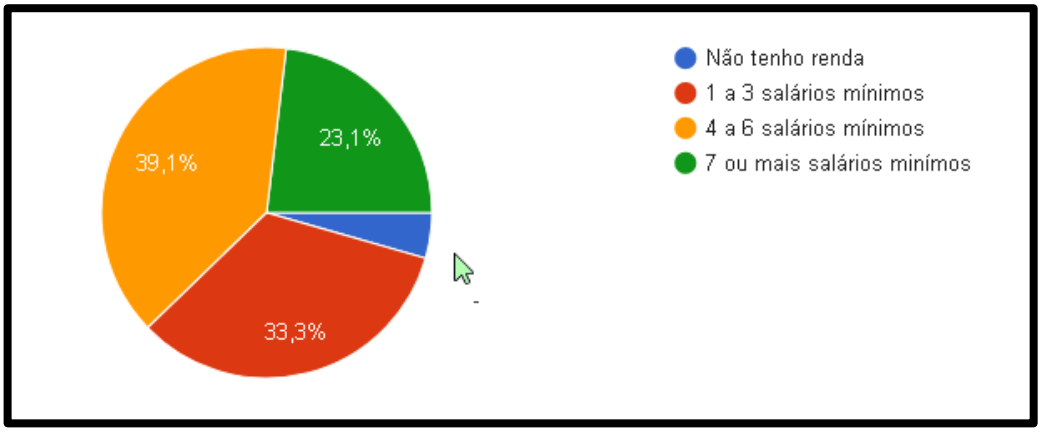
Em relação a faixa etária, os respondentes tinham as seguintes opções: Menos de 20 anos, 21 a 35 anos, 36 a 59 anos e 60 anos ou mais. A amostra em sua maioria é mais experiente, tendo entre 36 e 59 anos. Foram 129 pessoas nessa faixa etária, o que representa 55,1% do total.



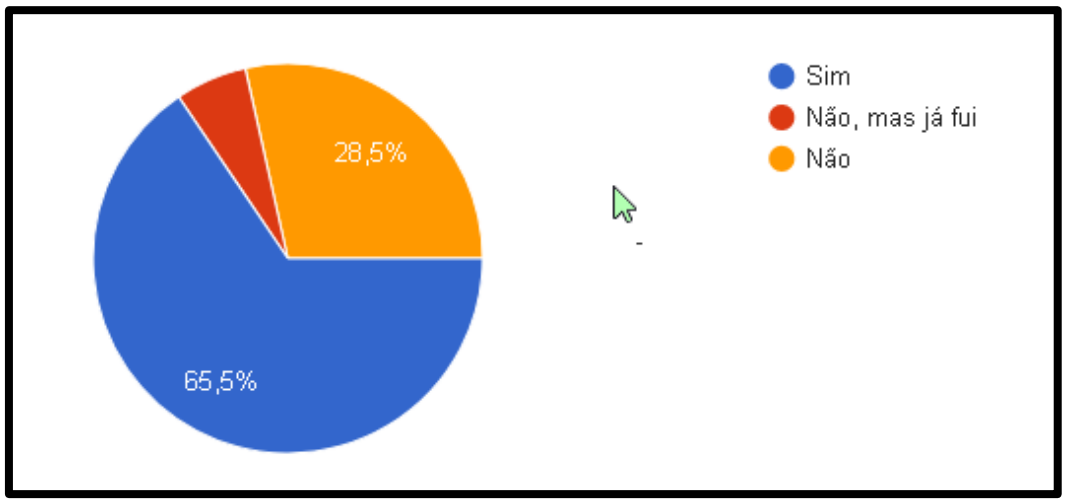
Sobre a escolaridade, a maioria dos respondentes cursou o ensino superior, no total foram 184 pessoas, ou seja, 78,3%:



Sobre a renda mensal individual, a amostra em sua maioria recebe de 4 a 6 salários mínimos, 39,1% do total ou seja 88 pessoas escolheram essa opção conforme o gráfico a seguir demonstra:



Para finalizar, a pergunta foi sobre o local onde residem. Objetivava-se saber se os frequentadores do parque eram moradores do bairro de São Cristóvão. Nesse sentido, 154 pessoas moram no bairro imperial e tem a Quinta da Boa Vista como o quintal de casa, outros 14 respondentes já foram moradores também.

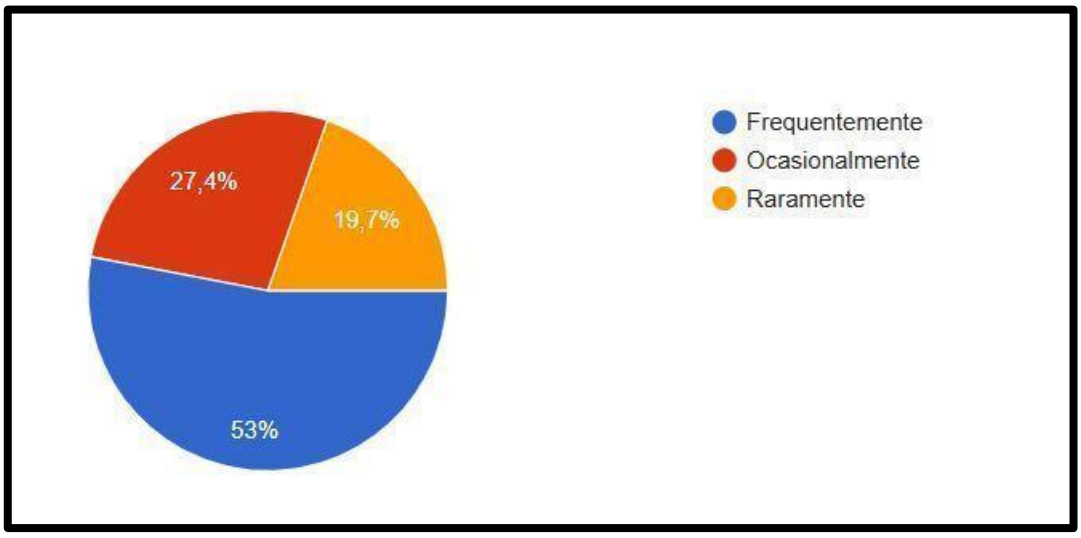


Conclui-se que a amostra em sua maioria é composta por pessoas do gênero feminino, com idade entre 36 e 59 anos, que cursaram o Ensino Superior, recebem de 4 a 6 salários mínimos por mês, e moram no bairro de São Cristóvão.

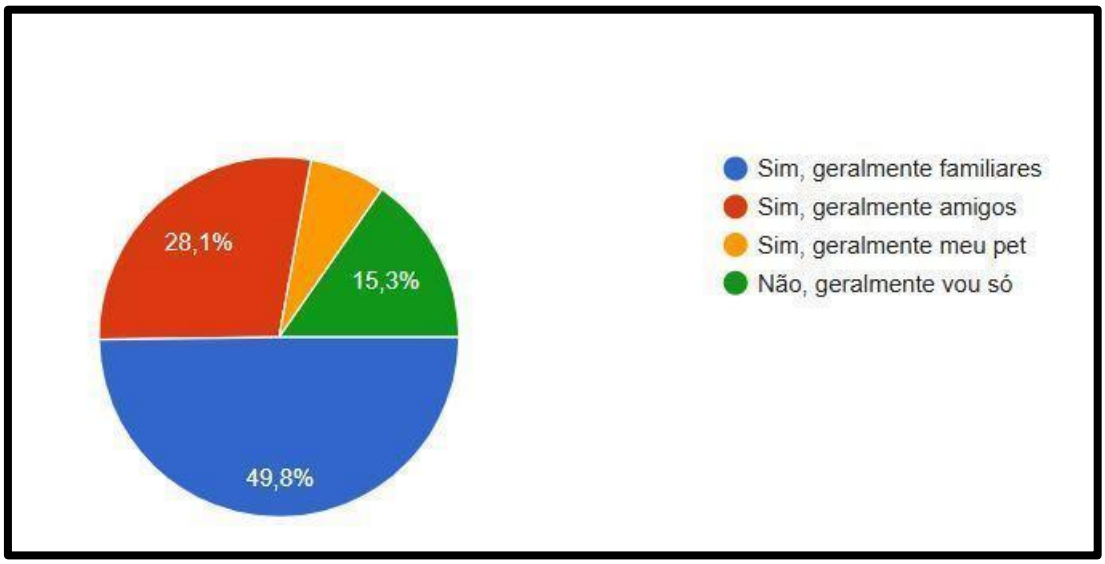
4.2 USO DO PARQUE

O segundo maior parque urbano da cidade do Rio de Janeiro é a Quinta da Boa Vista, localizada em São Cristóvão, tendo a construção da sua história desde os tempos do império no Brasil. No bairro é vista como quintal da casa dos moradores, com diversas possibilidades de uso. Para caracterizar a visitação dos respondentes, a primeira pergunta feita nesse bloco é sobre

a frequência de visitação. Teve-se 53% do total de respostas dessa pesquisa como frequentadores frequentes do parque, ou seja, 124 pessoas estão visitando sempre a Quinta da Boa Vista. O que corrobora com o relatório de turismo divulgado pela prefeitura (Riotur, 2025) que mostra que a maior parte das visitas de lazer na cidade se concentram em áreas ao ar livre e gratuitas.

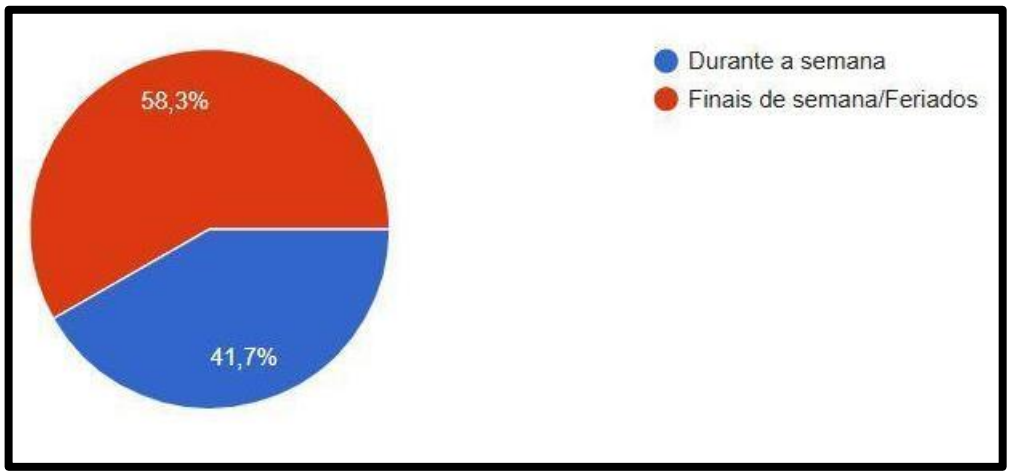


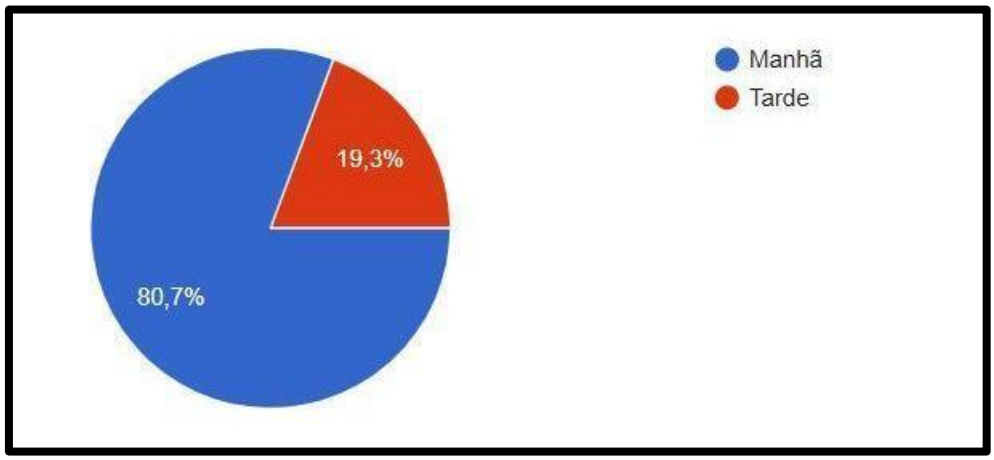
Essa visita, geralmente, é feita acompanhada pela família segundo os usuário, pois 117 pessoas responderam que tem essa companhia, representando 49,8% do total.



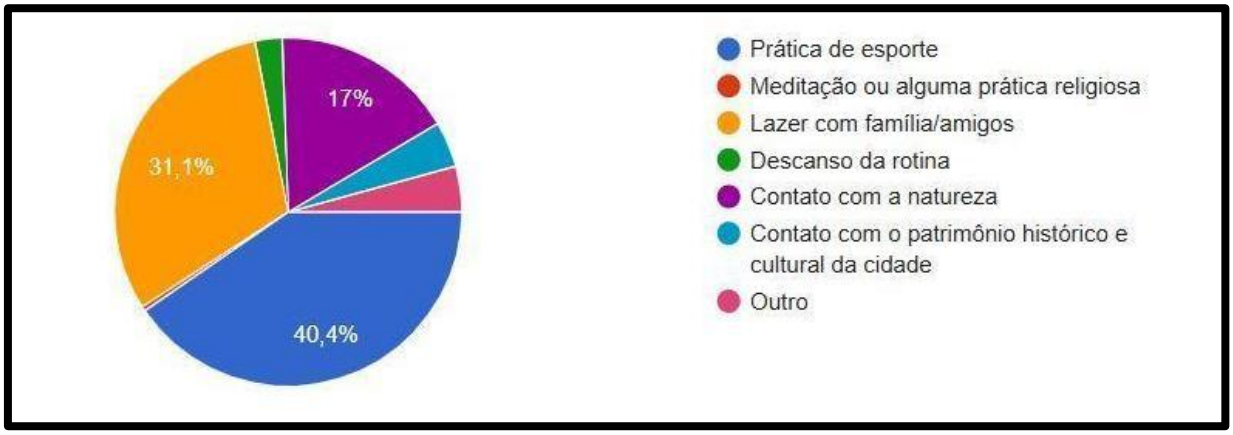
Esse passeio costuma acontecer aos finais de semana ou feriados de acordo com 58,3% dos respondentes (137 pessoas). Como já citado anteriormente, o fluxo de visitas aos finais de semana aumenta bastante, são 50 mil visitantes aos finais de semana (DataRio, 2024). Na

maioria das vezes, 80,7% respondeu que costuma ir de manhã nessas visitas ao parque, representando 188 pessoas.

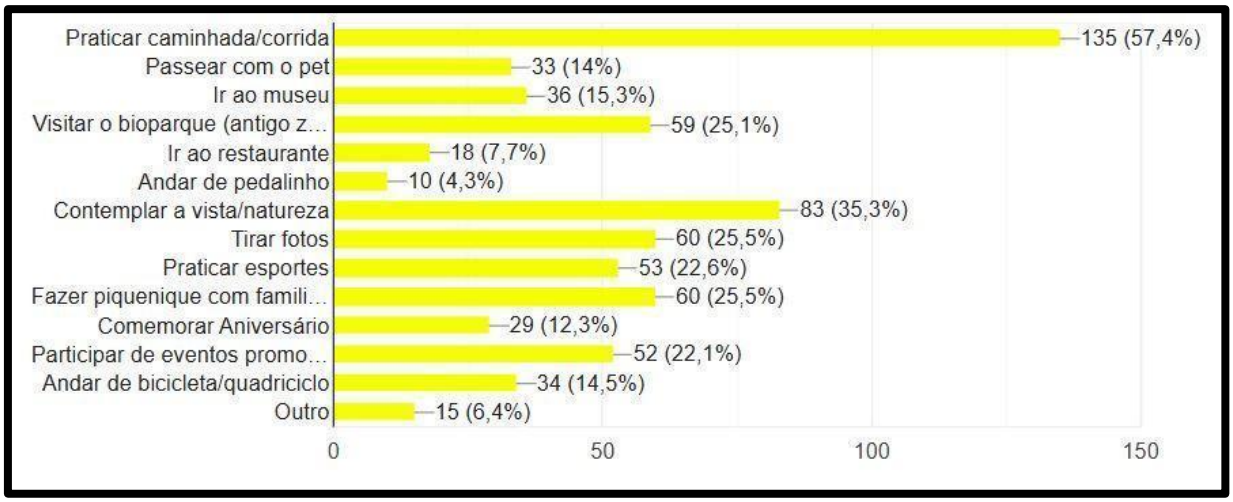




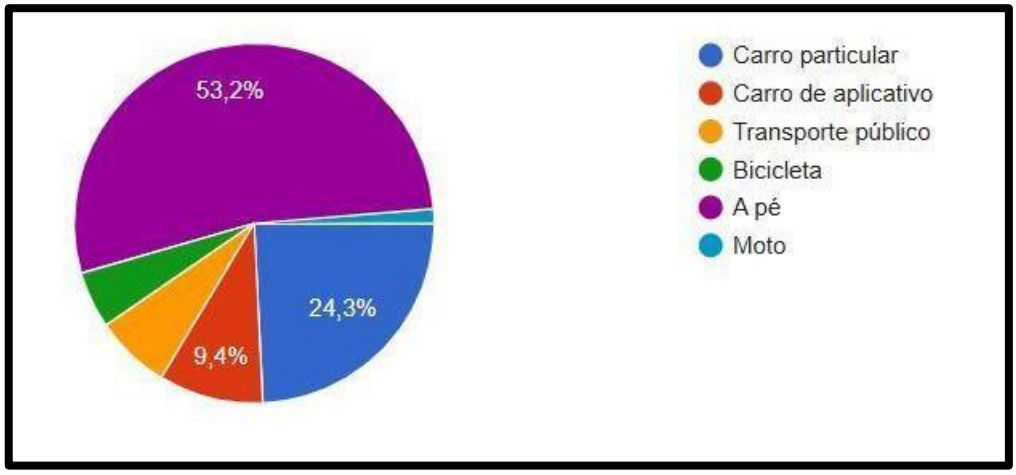
Sobre motivação para visitar o parque, 95 pessoas responderam que a maior é praticar esportes (40,4%), enquanto 73 pessoas responderam que é o lazer com família e amigos (31,1%). Em terceiro lugar aparece no nosso ranking de motivos o contato com a natureza, com 40 votos (17%). Mais uma vez, pode-se relacionar os dados coletados com a divulgação do Observatório do Turismo Carioca que fala sobre as visitas ao ar livre (RioTur, 2025).

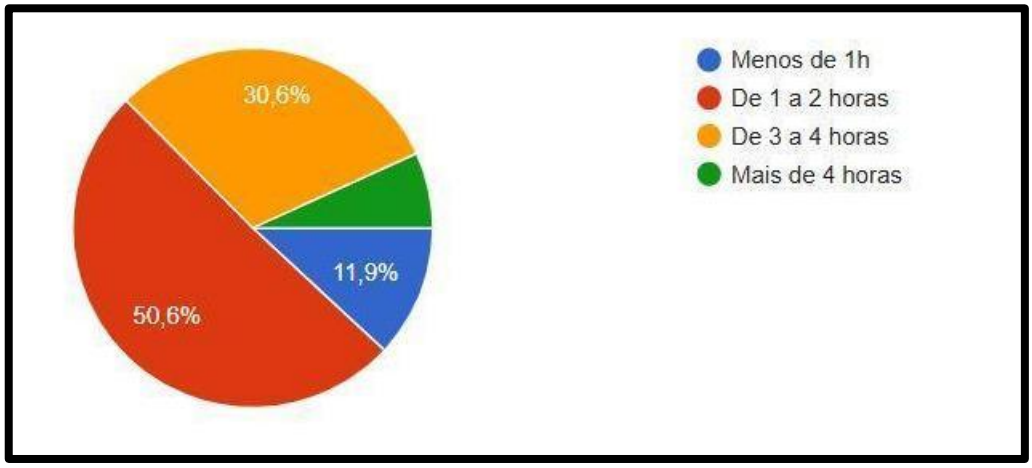


Quando visita-se um parque urbano pode-se ter diversas motivações que se relacionam a chegada ao parque, mas é interessante pensar nas possibilidades de uso desses espaço. O que desempenha-se de atividade por ali? Com isso, a pergunta para os usuários foi nesse sentido, o que você faz geralmente na Quinta da Boa Vista? Com a possibilidade de selecionar várias respostas, inclusive todas se fosse o desejo do respondente, o nosso ranking ficou assim: em primeiro lugar com 135 votos (57,4%) praticar caminhada; em segundo lugar com 83 votos (35,3%) contemplar a natureza; em terceiro lugar com 60 votos (25,5%) temos um empate entre fazer piquenique e tirar foto; pra fechar nosso top 5 apareceu com 59 votos (25,1%) visitar o BioParque, novo Zoológico.



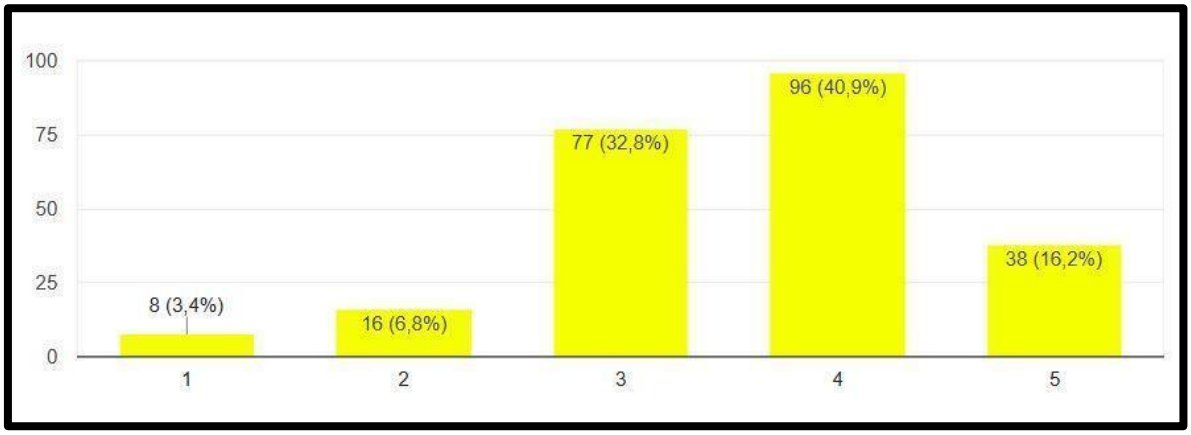
Sobre o acesso ao parque e a duração desse passeio, duas informações extremamente importantes pensando em logística, estrutura e gestão, temos que os visitantes geralmente chegam a pé a Quinta da Boa Vista, com 125 respondentes, representando 53,2% do total. E essa visita durando entre 1 e 2 horas, com 119 votos (50,6%).





4.3 EXPERIÊNCIA E SATISFAÇÃO DO USUÁRIO

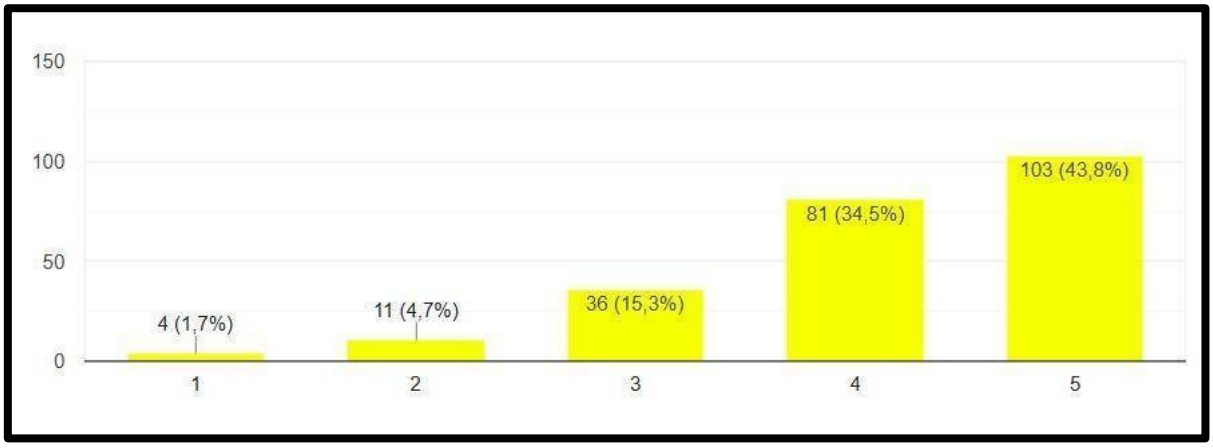
Nesse bloco de perguntas o interesse é em saber mais sobre as experiências que os visitantes tiveram, expectativas, frustrações e satisfações. A primeira pergunta é sobre a satisfação geral dessas visitas, a maior parte das respostas foi positiva: 96 votos (40,9%) deram nota 4 e 38 votos (16,2%) deram nota 5, em uma escala de 1 a 5. Sendo assim, 134 pessoas (57,1%) na somatória tiveram uma experiência positiva e estão satisfeitas ou muito satisfeitas com isso.



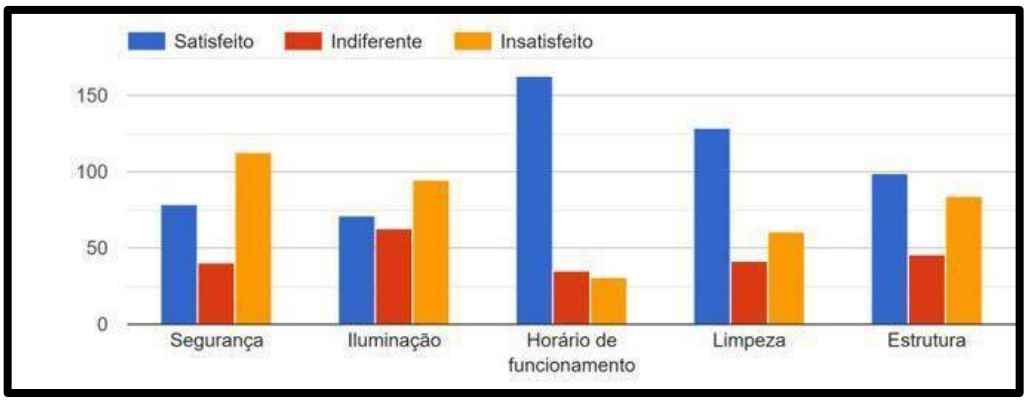
Nesta escala de 1 a 5, a média de satisfação atingiu 3,60, com a mediana 4,00. O baixo desvio-padrão indica que as respostas são homogêneas, revelando um consenso sobre a experiência no parque. Realizou-se cruzamentos de variáveis (análise bivariada) para identificar se fatores demográficos ou comportamentais influenciavam essa percepção. No entanto, os testes estatísticos demonstraram que a satisfação é transversal: não houve variações significativas entre gêneros, faixas etárias ou níveis de renda. Podemos observar também, que tanto moradores locais quanto visitantes de outros bairros compartilham de uma visão similar sobre o espaço.

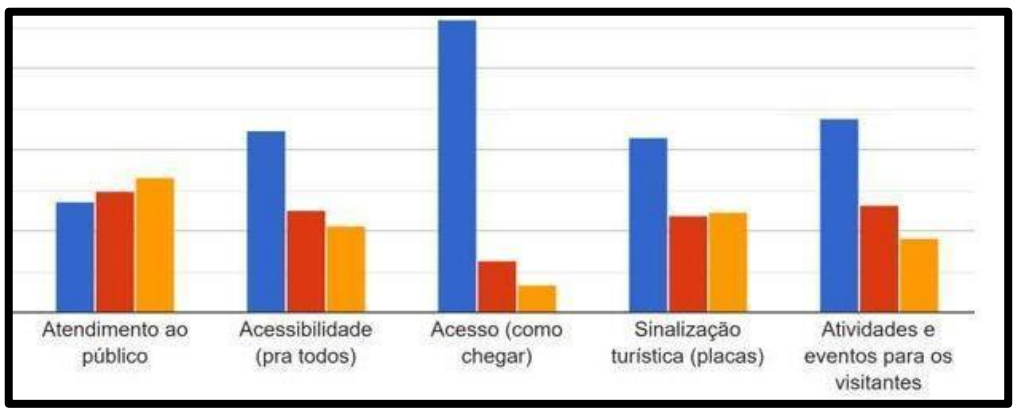
Variável Analisada	Categoria	Média de Satisfação (1-5)	Mediana	Desvio-Padrão
Geral	Total da Amostra	3,6	4	0,95
Gênero	Feminino	3,62	4	0,92
	Masculino	3,56	4	1,02
Localização	Morador	3,53	4	1,01
	Não Morador	3,68	4	0,85
Período da Visita	Tarde	3,69	4	0,7
	Manhã	3,58	4	1
Frequência	Frequentemente	3,66	4	0,91
	Raramente	3,5	4	1,04

A satisfação com algo, geralmente leva a indicação dessa experiência para novas pessoas. Essa pergunta visa entender se os usuários recomendariam o parque a novos visitantes. A probabilidade dessa recomendação acontecer é muito grande, pois 43,8% dos respondentes votou assim, representando 103 pessoas, e 81 pessoas votaram que é grande a probabilidade de recomendarem (34,5%). Sendo assim, 184 pessoas podem recomendar essa visita (78,3%).



Perguntou-se também sobre o nível de satisfação com alguns aspectos do parque. Sobre segurança, iluminação e atendimento ao público a maior parte dos visitantes está insatisfeito. Foram 113 pessoas insatisfeitas com a segurança, 95 pessoas com a iluminação e 83 com o atendimento nessa visitação. A segurança e a iluminação são fatores que competem a gestão do parque e da cidade, e se relacionam diretamente. Enquanto o atendimento ao público funciona como um primeiro contato sobre dúvidas, informações e orientações do parque, fundamental para uma boa visitação.





Sobre os aspectos que estão agradando mais o público temos: horário de atendimento, limpeza, estrutura, acessibilidade, acesso, sinalização turística e atividades/eventos para os visitantes. 163 pessoas responderam que estão satisfeitas sobre o horário de atendimento do parque, que funciona de manhã e de tarde, abrindo 5h e fechando 19h. 129 pessoas responderam que estão satisfeitas com a limpeza e conservação do espaço.

Sobre a estrutura, 99 pessoas disseram estar satisfeitas e 84 disseram estar insatisfeitas, mostrando mais equilíbrio. Em relação a acessibilidade 112 pessoas estão satisfeitas, já sobre acesso 180 pessoas demonstraram satisfação nos meios para chegar ao parque. Para finalizar, a sinalização turísticas teve 108 pessoas satisfeitas e a promoção de atividades e eventos para os visitantes 119 pessoas aprovando.

Depois de toda essa classificação, o que será que vem na cabeça das pessoas quando elas pensam na Quinta da Boa Vista? O convite foi em relação à primeira palavra que aparecia na memória do respondente. Abaixo temos uma nuvem de palavras que nos mostra melhor essa situação, sendo as palavras com mais destaque as que mais se repetiram. O ranking ficou com 41 menções a natureza, 23 menções a lazer, 11 menções a relaxamento e história, e, pra fechar o top cinco, 9 menções ao vocábulo tranquilidade.



A última questão deste bloco trata sobre a oportunidade de trazer novos serviços, equipamentos ou atividades para o parque. O que será que os respondentes gostariam? As

respostas dadas foram divididas em alguns grupos maiores, como: estrutura, esporte/atividade física, segurança, opções de lazer, acesso, gestão e limpeza/conservação.



Sendo assim, 57 pessoas mencionaram algo sobre a estrutura do parque como: iluminação, implementação de bebedouros e banheiros, cobertura e piso mais adequado nas quadras esportivas. 49 pessoas mencionaram sobre as opções de lazer: um parcão para os pets, atividades para crianças e idosos, e mais promoção de atividades culturais como peças teatrais. 49 pessoas também mencionaram algo sobre esporte e atividades física, sugerindo mais opções de atividades gratuitas disponíveis para a população, estrutura melhor para atividades que já acontecem como o *pickleball*, yoga, ginástica e meditação, e melhor divulgação sobre a oferta.

Segurança também foi um tópico bastante abordado, 32 pessoas mencionaram a preocupação com esse tema, tanto dentro do parque quanto no entorno, possibilitando que as pessoas ocupem esse espaço público. Sobre o acesso poucas pessoas mencionaram, mas a sugestão é em relação a bicicletas e estacionamento. E para finalizar dois tópicos faltantes: limpeza/conservação 17 pessoas abordaram esse assunto, geralmente reclamando dos eventos particulares que acumulam lixo; e gestão, os assuntos mais abordados nesse tópico foram sobre aumentar o horário de funcionamento e a promoção de eventos, como as feiras gastronômicas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar o nível de satisfação dos frequentadores do parque urbano Quinta da Boa Vista, um espaço de relevância histórica e ambiental importante para a cidade do Rio de Janeiro. A partir de um estudo descritivo/exploratório, com 235 respondentes, foi possível extrair conclusões que alinham a percepção do usuário às necessidades de gestão pública.

O objetivo principal de mensurar a satisfação geral foi atingido, revelando uma média de 3,60 (em escala de 1 a 5). Este dado indica que o parque cumpre seu papel social de forma eficiente, sendo a experiência positiva consolidada pela alta taxa de recomendação entre os usuários. Os outros objetivos específicos abordavam o perfil sociodemográfico, que foi caracterizado durante a pesquisa e as possibilidade de uso do parque, evidenciadas pelos próprios usuários.

O grande diferencial deste estudo foi a utilização da técnica bola de neve, que permitiu alcançar uma amostra expressiva de 235 pessoas, em um curto espaço de tempo. A análise estatística demonstrando baixa variabilidade das respostas, conferiu alta confiabilidade aos resultados. Além disso, o trabalho oferece à administração do parque um diagnóstico real, buscando do usuário a sua percepção, que é quem de fato utiliza o espaço. Por isso, saímos do campo das suposições para o campo dos dados empíricos.

Os dados revelaram que a maior parte dos usuários acessam o parque a pé e residem em São Cristóvão, mostrando que a Quinta da Boa Vista funciona como a principal área de lazer do bairro. Apesar da satisfação com as áreas verdes, ficou clara a insatisfação com a segurança e a iluminação. Esses são pontos críticos que exigem intervenções imediatas.

Com base nos dados levantados, propõem-se as seguintes sugestões: melhoria na iluminação, com inserção de luz de LED dentro do parque e no entorno, além de reforço do patrulhamento, especialmente no período da manhã, para manter a percepção de segurança, já que este é o horário de maior fluxo; reforma prioritária dos banheiros e instalação de novos bebedouros, itens que apareceram repetidas vezes nas respostas das perguntas abertas; e a oferta de mais atividades físicas guiadas e gratuitas, aproveitando o perfil identificado na pesquisa.

Apesar dos resultados consistentes, esta pesquisa limitou-se ao caráter não probabilístico. Como sugestão para trabalhos futuros, recomenda-se: realizar a pesquisa em diferentes épocas do ano para verificar se a satisfação oscila com a sazonalidade; estudar o impacto dos vendedores ambulantes e do comércio local na experiência do visitante; e um estudo focado especificamente em acessibilidade, para idosos e pessoas com deficiência, dado o relevo acidentado de certas partes do parque.

REFERÊNCIAS

BARGOS, Danúbia Caporusso; MATIAS, Lindon Fonseca. Áreas verdes urbanas: um estudo de revisão e proposta conceitual. **Revista da Sociedade Brasileira de Arborização Urbana**, v. 6, n. 3, p. 172-188, 2011. Disponível em: https://revistas.ufpr.br/revsbau/article/view/66481. Acesso em: 9 dez. 2025.

COUTO, Antonella et al. Marketing: análise do comportamento do consumidor. In: SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA DA FATEC SERTÃOZINHO, 8, 2025, Sertãozinho. **Anais [...]**. Sertãozinho: Fatec, 2025. p. 298-323. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstreams/8b6cbaab-9ff8-4e94-a0f4-8792b504c68c/download. Acesso em: 16 jan. 2026.

DATA RIO. **Observatório do Turismo: Anuário do Turismo Carioca 2024**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 2024. Disponível em: https://www.data.rio/documents/43ad861aea234411a399350bba9ce3f9/about. Acesso em: 9 mar. 2026.

FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, jul./set. 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: https://ead.ufjf.br/pluginfile.php/2048340/mod_resource/content/2/Livro%20metodologia%20Carlos%20Gil.pdf. Acesso em: 26 jan. 2026.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao Marketing**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MALHOTRA, Naresh K. Amostragem: planejamento e processos. In: MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

MALHOTRA, Naresh K. Distribuição de Frequência, Tabulação Cruzada e Teste de Hipóteses. In: MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: https://ead.ufjf.br/pluginfile.php/2048341/mod_resource/content/1/LAKATOS%20-%20MARCONI%20-%20FUNDAMENTOS%20DE%20METODOLOGIA%20CIENTIFICA.pdf. Acesso em: 26 jan. 2026.

RIOTUR. **Observatório do Turismo Carioca: Relatório Primeiro Semestre 2025**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 2025. Disponível em: https://siurb.rio/portal/apps/sites/#/observatoriodoturismo/pages/relatorios-de-dados. Acesso em: 9 mar. 2026.

RIOTUR. **Quinta da Boa Vista**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 2026. Disponível em: https://riotur.rio/que_fazer/quinta-da-boa-vista/. Acesso em: 9 mar. 2026.

SAKATA, Francine Mariliz Gramacho; GONÇALVES, Fábio Mariz; MACEDO, Silvio Soares. **Parques urbanos no Brasil - 2000 a 2017**. São Paulo: Edusp, 2018.

SANCHO-PIVOTO, Altair; RAIMUNDO, Sidnei. As contribuições da visitação em parques para a saúde e bem-estar. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2546, 2022. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rbtur/a/yML4gNqk39fRJcbQrgw9xPd/?lang=pt. Acesso em: 9 dez. 2025.

SANCHO-PIVOTO, Altair; RAIMUNDO, Sidnei; SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. Visitação a Parques Urbanos e as Contribuições para a Saúde e Bem-estar. **Ambiente & Sociedade**, v. 28, p. e-00045, 2025. Disponível em: https://www.scielo.br/j/asoc/a/pkMvgzTd3ymMNbsdJGvhxhp/?lang=pt. Acesso em: 9 dez. 2025.

SANTOS, Liziane Mieres dos. **Atributos promotores de satisfação dos turistas nos destinos turísticos em razão da pandemia Covid-19**. 2023. 92 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade Federal do Pampa, Uruguaiana, 2023. Disponível em: https://dspace.unipampa.edu.br/handle/riu/8441. Acesso em: 16 jan. 2026.

SOUZA, Leonardo José de. **Relação entre desconfirmação das expectativas, qualidade dos serviços, satisfação e fidelidade de usuários de um centro público de esportes e lazer**. 2022. 180 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/109/109131/tde-04052022-082727/en.php. Acesso em: 16 jan. 2026.

SZEREMETA, Bani; ZANNIN, Paulo Henrique Trombetta. A importância dos parques urbanos e áreas verdes na promoção da qualidade de vida em cidades. **Raega - O Espaço Geográfico em Análise**, v. 29, p. 177-193, 2013. Disponível em: https://revistas.ufpr.br/raega/article/view/30747. Acesso em: 9 dez. 2025.

TABOSA, Maria Eugênia Magalhães. **Do dado à experiência: a internet das coisas (IoT) no centro da transformação do marketing**. 2025. 17 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2025. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstreams/8b6cbaab-9ff8-4e94-a0f4-8792b504c68c/download. Acesso em: 16 jan. 2026.