Monitoramento e avaliação da experiência dos visitantes e serviços em parques nacionais com concessão turística

Monitoring and evaluation of visitor experience and services in national parks with tourism concessions

RESUMO: Parcerias em parques nacionais brasileiros são estabelecidas com o propósito de qualificar a experiência dos visitantes na realização de atividades de ecoturismo e turismo de aventura nesses espaços públicos. As concessões turísticas ou concessões de serviços de apoio à visitação, um tipo de contrato firmado entre o poder público e o setor privado, foram uma das estratégias definidas pelo ICMBio (órgão ambiental concedente) para melhorar os serviços de visitação e a experiência dos visitantes nos parques nacionais no Brasil. Diante desse contexto, o principal objetivo deste artigo é identificar as metodologias utilizadas para avaliação da experiência dos visitantes e da qualidade da prestação de serviços nos parques nacionais com concessão turística. O caminho metodológico deste estudo, de abordagem qualitativa e exploratória, foi construído a partir de: pesquisa bibliográfica e pesquisa documental sobre as concessões turísticas, experiência dos visitantes e qualidade da prestação de serviços em áreas protegidas, e levantamento de documentos técnicos do órgão ambiental e parceiros, além de informações nos sites oficiais dos parques nacionais e nos contratos de concessão. Como principais resultados, identificou-se que as concessionárias nos parques nacionais em estudo utilizam a pesquisa de satisfação como principal instrumento para avaliação dos serviços prestados e a experiência dos visitantes. As principais metodologias de pesquisa identificadas foram: o *Net Promoter Score* (NPS), enviado por e-mail aos visitantes que compram seus ingressos online, para mensurar seus níveis de satisfação em relação à visita; o *Customer Satisfaction Score* (CSAT); e questionários de pesquisa, com perguntas não padronizadas, aplicados por cada concessionária no parque em que atua de forma amostral a cada três meses, a partir do uso de questionários impressos ou digitais em *tablet*. Conclui-se que é necessário definir uma metodologia padrão para pesquisa de satisfação nos contratos de concessão, além dos instrumentos tecnológicos a serem utilizados para coleta de dados e geração de relatórios técnicos, bem como os modelos de pesquisa precisam ser padronizados. No cenário atual identificado, nota-se que não é possível tecer comparações entre as pesquisas aplicadas nos parques nacionais com concessão, pois cada concessionária tem seus próprios modelos de questionários, sua própria metodologia e tecnologias utilizadas. Diante disso, conclui-se que a institucionalização de uma política de monitoramento da qualidade dos serviços prestados mais robusta pode

contribuir para uma governança mais transparente, responsiva e orientada a ampliar a experiência dos visitantes nos parques nacionais.

PALAVRAS-CHAVE: Monitoramento e avaliação (M&A); Áreas protegidas; Parcerias; Concessões turísticas; Parques nacionais.

ABSTRACT: Partnerships in Brazilian national parks are established with the purpose of enhancing the visitor experience through ecotourism and adventure tourism activities within these public spaces. Tourism concessions or concessions for visitor support services, a type of contract established between public authorities and the private sector, were one of the key strategies adopted by the ICMBio (environmental agency) to improve visitor services and the experience of visitors in the national parks in Brazil. In this context, the main objective of this article is to identify methodologies used to evaluate the visitor experience and the quality of service provision in national parks with tourism concessions. The methodological approach of this study, with a qualitative and exploratory approach, was constructed based on: bibliographical research and documentary research on tourism concessions, visitor experience, and quality of service provision in protected areas; collection of technical documents from the environmental agency and its partners; as well as information from the official websites of national parks and concession contracts. As main results, it was identified that the concessionaires in the national parks under study use satisfaction surveys as the main instrument for evaluating the services provided and the visitor experience. The main research methodologies identified were: the Net Promoter Score (NPS), sent by e-mail to visitors who purchase their tickets online, to measure their satisfaction levels regarding the visit; the Customer Satisfaction Score (CSAT); and research questionnaires, with non-standardised questions, applied by each concessionaire in the park where they operate, on a sample basis every three months, using printed or digital questionnaires on tablets. It is concluded that it is necessary to define a standard methodology for satisfaction surveys in concession contracts, in addition to the technological instruments to be used for data collection and generation of technical reports, as well as the research models need to be standardized. In the current scenario identified, it is noted that it is not possible to make comparisons between the surveys applied in national parks with concessions, since each concessionaire has its own questionnaire models, its own methodology and technologies used. In view of this, it is concluded that the institutionalization of a more robust monitoring policy can contribute to more transparent, responsive governance aimed at enhancing the experience of visitors in national parks.

KEYWORDS: Monitoring and evaluation (M&E); Protected Areas; Partnerships; Tourism concessions; National Parks.

Introdução

Nos últimos anos, o modelo de concessões turísticas em unidades de conservação no Brasil tem se consolidado como estratégia de gestão compartilhada entre o poder público e a iniciativa privada. Tal modelo visa garantir infraestrutura, serviços de qualidade e ampliação da visitação, ao mesmo tempo em que desafia os gestores a assegurar a conservação ambiental e os direitos dos visitantes. Neste contexto, a avaliação da experiência do usuário e da qualidade dos serviços prestados pelas concessionárias torna-se elemento essencial para a governança efetiva e responsiva desses territórios.

A experiência do visitante constitui um eixo central para a sustentabilidade e o sucesso dos destinos turísticos, especialmente em áreas protegidas (Chang; Wang, 2023). Essa experiência envolve dimensões cognitivas, emocionais e culturais (Cheng; Chen, 2022). Chan e Saikim (2022) propõem um modelo de experiência no ecoturismo que desagrega as motivações e expectativas dos ecoturistas em quatro domínios: educação, estética, escape e entretenimento, alinhando-se à teoria da economia da experiência. Tal estrutura é complementada por Li, Liu e Soutar (2020), ao abordarem as percepções de valor e experiências de turistas internacionais em viagens ecoturísticas.

Segundo Kularatne *et al.* (2021), é essencial considerar a valoração da experiência antes e depois da visita, pois ela possui implicações relevantes para a formulação de políticas em turismo de natureza. A satisfação do visitante, nesse contexto, emerge como um indicador-chave da qualidade da experiência (Silva; Ribeiro; Carballo-Cruz, 2023; Olmos-Martinez, 2024).

No campo do turismo, Urry (2001) identificou que as atividades turísticas não são somente compostas pela viagem física e pelo usufruto dos bens e serviços oferecidos naquele momento da viagem, mas também pelo olhar específico de cada turista influenciado por sua bagagem cultural, social e histórica. Outra questão destacada pelo autor é que os turistas buscam experiências diferentes do seu cotidiano, sendo bastante influenciados por imagens de paisagens e cenários diferentes do que estão acostumados a observar no dia a dia. Trigo (2010) esclarece que a experiência não é algo banal e se trata de um fluxo de eventos particulares conhecidos somente pelo sujeito que as vivencia. Urry (2001) também notou que o olhar do turista pode mudar o tempo todo, podendo ser um “olhar romântico”, “olhar coletivo” ou “olhar antropológico”, dependendo de suas expectativas e de sua interação no ambiente turístico. Netto (2010) analisa que podem existir experiências turísticas legítimas, apesar de haver um ceticismo de que são somente um produto fruto de uma estratégia de marketing.

Nesse sentido, uma dessas experiências turísticas legítimas é a visitação em parques nacionais e outros tipos de áreas protegidas, o que requer uma atenção por parte do poder público diante do desafio que é desenvolver atividades de ecoturismo e turismo de aventura em áreas naturais protegidas. Portanto, a prestação de serviços nos parques nacionais é algo complexo e desafiador, em constante evolução, que precisa manter um determinado padrão de qualidade e atender às expectativas dos visitantes para que tenham experiências significativas e legítimas em contato com a

natureza. Ao mesmo tempo, também é necessário zelar pelos valores públicos dos parques naturais, com a democratização de acessos, valorização do patrimônio natural e cultural, e a existência da sustentabilidade nas atividades de lazer e turismo.

Nesse contexto, surge a possibilidade do estabelecimento de parcerias, por meio de contrato de concessão, entre o setor público e o setor privado, para qualificar a prestação de serviços de apoio à visitação, disponibilizando atendimento, infraestrutura e atividades de qualidade aos visitantes nos parques nacionais brasileiros. No entanto, é necessário lembrar nesse processo da importância de vários aspectos relacionados com a visitação em áreas de uso público em parques nacionais, tais como: os valores públicos associados às concessões; ter qualidade na gestão do poder público e das concessionárias parceiras; existir monitoramento constante e adequado das ações da parceria; existir transparência (Rodrigues; Abrucio, 2020) nas ações do poder público e privado; bem como da importância do objetivo central das áreas protegidas que é a conservação da natureza.

Para Lobo e Simões (2011), avaliar a satisfação e a qualidade da experiência dos visitantes também permite identificar impactos da visitação nos recursos naturais e na infraestrutura de apoio à visitação existente. Diante desse contexto, o principal objetivo deste estudo é identificar as metodologias utilizadas para avaliação da experiência dos visitantes e da qualidade da prestação de serviços nos parques nacionais com concessão turística. O caminho metodológico desse estudo foi construído a partir de: pesquisa bibliográfica e pesquisa documental sobre as concessões turísticas, experiência dos visitantes e qualidade da prestação de serviços em áreas protegidas, e levantamento de documentos técnicos do órgão ambiental e dos parceiros, além de informações nos sites oficiais dos parques nacionais e dos contratos de concessão sobre como ocorre atualmente a avaliação da experiência dos visitantes e dos serviços prestados no contexto das concessões nos parques nacionais.

Referencial teórico

1. Experiência do visitante em áreas protegidas

Existe uma série de estudos na literatura internacional sobre a análise da satisfação dos visitantes como uma importante ferramenta de gestão nos parques nacionais (exemplo: Tonge; Moore; Taplin, 2011). Avaliar a experiência dos visitantes e a qualidade da prestação de serviços prestados significa também compreender se os valores públicos estão sendo cumpridos pelos parceiros nos parques nacionais. Por isso, torna-se essencial contar com metodologias para avaliação da satisfação da visitação.

A satisfação do visitante, nesse panorama, desponta como indicador-chave de qualidade e sustentabilidade. Pesquisas recentes destacam que a satisfação está associada à lealdade e a comportamentos futuros desejáveis, como o retorno ao destino ou a recomendação a terceiros (Silva, Ribeiro; Carballo-Cruz, 2023; Olmos-Martínez, 2024). A satisfação do visitante é um elemento precursor da lealdade e de comportamentos futuros positivos, como a intenção de revisita e a recomendação de um determinado destino (Silva;

Ribeiro; Carballo-Cruz, 2023). A percepção da paisagem também exerce influência direta na satisfação, especialmente em parques recreativos (Sani; Sakawi; Rose, 2023).

Acquah *et al.* (2024), ao analisarem a Reserva de Recursos de Shai Hills em Gana, apontam que, embora a satisfação geral seja positiva, existem aspectos a serem aprimorados. Já Nian *et al*. (2023) examinam como a percepção do Valor Universal Excepcional e a superlotação influenciam a satisfação em Sítios do Patrimônio Mundial. Portanto, a literatura indica que a experiência do visitante em áreas protegidas é moldada por fatores interpessoais, infraestruturais, simbólicos e perceptivos. A convergência entre esses elementos contribui para o engajamento, a satisfação e, sobretudo, o apoio às práticas de conservação. Essa compreensão integrada é essencial para a formulação de políticas públicas e estratégias de gestão participativa voltadas à sustentabilidade dos destinos naturais.

2. Qualidade dos serviços em turismo

A qualidade dos serviços representa um elemento estruturante na formação da experiência turística e influencia diretamente a satisfação e a lealdade dos visitantes (Moisescu *et al*., 2021). Em parques de aventura ao ar livre, a satisfação está vinculada à segurança, aos equipamentos, ao ambiente e à qualidade da alimentação (Moisescu *et a*l., 2021). Nos parques nacionais, a percepção da marca desempenha papel central na decisão de visita e na experiência do turista (Seebunruang *et al*., 2022). A baixa afinidade com o parque está associada a menores níveis de satisfação com as instalações e os serviços ofertados.

Estudos indicam que a sustentabilidade do turismo está intimamente ligada à qualidade dos serviços e à experiência oferecida (Trisic *et al*., 2022; Ravikumar *et al.*, 2022). A satisfação com o turismo sustentável, como demonstrado no Parque Nacional Fruska Gora, é um indicador da qualidade geral do destino, envolvendo as dimensões ambiental, econômica, sociocultural e institucional (Trisic *et al*., 2022).

No ecoturismo, o valor funcional dos serviços é um forte preditor de satisfação e lealdade, conforme evidenciado por Carrascosa-Lopez *et al.* (2021). O alinhamento entre as expectativas dos visitantes e os serviços ofertados é fundamental para o sucesso da experiência, sendo que falhas nesse alinhamento podem resultar em insatisfação, como observado em experiências de volunturismo (Ngah *et al*., 2021).

A qualidade percebida dos serviços influencia o valor percebido, que, por sua vez, antecede a satisfação e a lealdade (Al-Sulaiti *et al*., 2021). A interação entre motivação, atributos percebidos, satisfação e lealdade é mediada pela percepção de qualidade (Silva; Ribeiro; Carballo-Cruz, 2023). A governança de áreas protegidas depende da compreensão da percepção dos visitantes sobre a qualidade dos serviços, sendo essencial adotar abordagens participativas, educativas e informativas (Seebunruang; Burns; Arnberger, 2022; Chang; Wang, 2023).

3. Concessões turísticas em unidades de conservação

O conceito de "concessões turísticas" refere-se a mecanismos formais e informais que regulam a oferta de serviços e o uso de recursos em destinos

turísticos, impactando diretamente a experiência dos visitantes, a qualidade dos serviços e a sustentabilidade do local (Chang; Wang, 2023; Juma; Bakos; Khademi-Vidra, 2020; Drapela, 2023).

As concessões funcionam como instrumentos de política pública e economia, promovendo o equilíbrio entre o desenvolvimento turístico e a conservação ambiental. A utilização de taxas de entrada é discutida por Diez-Gutierrez e Babri (2022) como uma medida de financiamento e regulação, com impacto sobre comunidades locais e visitantes. A aceitação dessas medidas depende da percepção da comunidade e da integração das políticas ambientais com os interesses sociais (Ravikumar; Al Subhi; Meesala, 2022).

Wang *et al.* (2022) ressaltam a importância de envolver os turistas no processo de governança das áreas protegidas, destacando que a transparência e o acesso à informação são condições para o sucesso das concessões. Já Trisic *et al.* (2022) enfatizam o papel ativo dos residentes na formulação de planos turísticos, fortalecendo a legitimidade dos arranjos institucionais. Por outro lado, Northcote (2020) propõe a criação de um índice de visitação sustentável para mensurar os impactos sociais, ambientais e culturais do turismo. Portanto, a gestão da capacidade de carga turística é um dos principais desafios enfrentados pelas concessões, sendo essencial para evitar a superlotação e garantir a qualidade da experiência (Mota; Franco; Santos, 2021; Drapela, 2023; Nian *et al.,* 2023; Neupane *et al*., 2021; Baral; Rijal, 2022).

Material e Métodos

Caracterização da área de estudo

No Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) brasileiro existem 75 Unidades de Conservação (UCs) na categoria de parques nacionais, administradas à nível federal pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). No ano de 2024, 61 parques nacionais monitorados receberam 12,5 milhões de visitas (COEST/ICMBio, 2025), dentre os quais estão aqueles com histórico de parcerias por concessão turística. Nesse histórico das parcerias entre o setor público e o setor privado, por meio de contrato de concessão, nos parques nacionais brasileiros, de 1998 até 2024, um total de 15 contratos já foram firmados para prestação de serviços, manutenção e construção de infraestrutura de apoio à visitação.

Deste universo de parques nacionais, foram selecionados como população amostral para o presente artigo 7 (sete) parques nacionais e 7 (sete) contratos de concessão, a partir do critério de seleção de contratos de concessão que estivessem vigentes há mais de um ano em 2024, com exceção do Parque Nacional (PARNA) do Iguaçu, no qual foi selecionado somente o último contrato de concessão assinado. O Quadro 1 a seguir apresenta a seleção de parques e contratos de concessão analisados.

Quadro 1: Informações sobre os parques nacionais analisados com concessão turística.
Frame 1: Information on the national parks analyzed with tourism concessions.

PARNAS	Decreto e Ano de criação	Nº Visitas	Contrato de concessão

PARNA Marinho de Fernando de Noronha	Decreto nº 96.693, de 14 de setembro de 1988.	673 mil	Contrato n° 136/2010 - PARNA Marinho de Fernando de Noronha (EcoNoronha)
PARNA da Tijuca	Decreto nº 50.923, de 6 de julho de 1961.	4,6 milhões	Contrato nº 01/2012 – PARNA da Tijuca (Paineiras Corcovado) Contrato nº 01/2014 – PARNA da Tijuca (Trem do Corcovado)
PARNA Chapada dos Veadeiros	Decreto nº 49.875, de 11 de janeiro de 1961.	65 mil	Contrato n° 02/2018 – PARNA da Chapada dos Veadeiros (Consórcio Sociparques / Parquetur)
PARNA Itatiaia	Decreto nº 1.713, de 14 de junho de 1937.	204 mil	Contrato n° 01/2019 – PARNA do Itatiaia (Hope / Parquetur)
PARNA Aparados da Serra	Decreto nº 47.446, de 17 de dezembro de 1959.	56 mil	Contrato nº 01/2021 – PARNA de Aparados da Serra e PARNA da Serra Geral (Urbia Cânios Verde S.A.)
PARNA da Serra Geral	Decreto nº 531, de 20 de maio de 1992.	48 mil	
PARNA do Iguaçu	Decreto nº 1035, de 10 de janeiro de 1939.	2,0 milhões	Contrato nº 01/2022 – PARNA do Iguaçu (Urbia Cataratas S.A.)

Fonte: ICMBio (2025).
Source: ICMBio (2025).

Coleta e análise dos dados

Esse estudo de caráter qualitativo e exploratório teve como principal objetivo identificar as metodologias utilizadas pelas concessionárias para avaliação da experiência dos visitantes e da qualidade da prestação de serviços nos parques nacionais brasileiros com concessão turística. O estudo foi desenvolvido a partir das seguintes etapas: 1) pesquisa bibliográfica sobre as concessões turísticas, experiência dos visitantes e qualidade da prestação de serviços em áreas protegidas; 2) pesquisa documental a partir do levantamento dos contratos de concessão, objetos estes de análise nesse artigo, e outros documentos técnicos sobre as concessões turísticas nos parques nacionais brasileiros no site oficial do ICMBio, e coleta de informações nos sites oficiais dos parques nacionais.

A análise da documentação técnica coletada foi realizada a partir da criação de um protocolo para verificação das metodologias existentes para avaliação da experiência dos visitantes e dos serviços prestados no contexto das concessões nos parques nacionais. Foram identificados nos contratos de concessão e seus projetos básicos o que constava de exigências sobre as pesquisas de satisfação (Apêndice A). E nos sites oficiais dos parques com concessão turística, foram coletados os modelos de pesquisas existentes e

disponibilizados pelas concessionárias. No tópico a seguir são apresentados os resultados e discussão sobre o tema.

Resultados e Discussão

A literatura evidencia que a experiência turística abrange dimensões cognitivas, emocionais e culturais (Cheng; Chen, 2022; Chang; Wang, 2023) e que essa experiência é fortemente influenciada pela qualidade percebida dos serviços (Moisescu; Gica; Dorobantu, 2021; Al-Sulaiti *et al.*, 2021), bem como pela capacidade das gestões em manter o equilíbrio entre conservação ambiental e uso turístico (Northcote, 2020; Ghazvini; Timothy; Sarmento, 2020). A satisfação do visitante, como resultado psicológico da visita, é um indicador-chave de desempenho e influencia diretamente a lealdade, a recomendação e o retorno ao destino (Silva; Ribeiro; Carballo-Cruz, 2023).

A qualidade da prestação de serviços e da experiência dos visitantes nos parques nacionais brasileiros com concessão são monitoradas e avaliadas por meio da pesquisa de satisfação, que é utilizada como um dos principais instrumentos de monitoramento e avaliação (M&A) para analisar a satisfação dos visitantes em parques nacionais e contribui com evidências para as concessões, identificando-se aspectos positivos e negativos na prestação de serviços, de forma a remediá-los para o alcance dos resultados esperados na parceria.

Tonge, Moore e Taplin (2011) esclareceram em seu estudo, com base em Tian-Cole, Crompton e Willson (2002) e Crompton e Amor (1995), que a avaliação da qualidade do serviço ou qualidade do desempenho é gerada pela percepção dos visitantes sobre as características dos bens, serviços e infraestrutura ofertadas, enquanto a satisfação ou qualidade da experiência de cada visitante é um resultado psicológico da visita ao local, considerando o estado emocional da mente exposta a determinado ambiente, o que a torna mais difícil de ser mensurada.

Na análise dos contratos de concessão não foi identificada qualquer preocupação de parametrização textual das cláusulas que tratam do assunto, da definição da metodologia para construção e aplicação dos questionários, nem a metodologia de análise da pesquisa e parâmetros para estruturação dos relatórios de pesquisa das concessionárias para prestação de contas ao ICMBio. Conforme os contratos de concessão analisados, cabe a cada concessionária propor as perguntas para compor o questionário de pesquisa de satisfação e a metodologia de coleta e análise dos dados, devendo tais instrumentos serem validados pela gestão pública de cada parque nacional (Apêndice A).

Foram identificados diversos modelos de questionários de pesquisa de satisfação e metodologias de aplicação distintas entre as concessionárias (Quadro 02), sendo algumas pesquisas focadas na avaliação da qualidade da prestação de serviços e outras na experiência do visitante. Com base no levantamento das perguntas existentes nos questionários de pesquisa, foi possível encontrar questionários com uma (1) pergunta até questionários com 44 perguntas, notando-se uma elevada desproporção entre as pesquisas aplicadas pelas concessionárias.

Dentre os contratos de concessão, relatórios técnicos e modelos de pesquisa de satisfação localizados nos sites das concessionárias analisadas, foi possível identificar dois tipos principais de metodologia para as pesquisas que são aplicadas mensalmente e de forma contínua: NPS (*Net Promoter Score*) e CSAT (*Customer Satisfaction Score*), havendo prevalência do NPS. No que diz respeito às ferramentas tecnológicas utilizadas, foram encontrados formulários desenvolvidos no *software Track.co*, de uma startup brasileira especialista em gestão da experiência do cliente, e nas plataformas do *Google* e *Microsoft*. O quadro a seguir resume as informações.

Quadro 2: Tipos de questionários da pesquisa de satisfação.
Frame 2: Types of satisfaction survey questionnaires.

Contrato de concessão	Tipo de questionário para pesquisa de satisfação
Contrato n° 136/2010 - PARNA Marinho de Fernando de Noronha (EcoNoronha)	NPS: Em uma escala de 0 a 10, o quanto você está satisfeito com a EcoNoronha? (Resposta: Escala de 0 até 10). Em poucas palavras, descreva o que motivou sua nota sobre a indicação (opcional) no *software Track.co*.
Contrato nº 01/2012 – PARNA da Tijuca (Paineiras Corcovado)	NPS: Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria o Centro de Visitantes Paineiras a um amigo ou familiar? (Resposta: Escala de 0 até 10). Em poucas palavras, descreva o que motivou sua nota sobre a indicação (opcional) no *software Track.co*.
Contrato nº 01/2014 – PARNA da Tijuca (Trem do Corcovado)	Questionário com 19 perguntas fechadas e algumas para resposta na escala de 1 a 10 no *Google Forms*.
Contrato n° 02/2018 – PARNA da Chapada dos Veadeiros (Consórcio Sociparques / Parquetur)	Questionário com 44 perguntas fechadas e algumas para resposta na escala de 1 a 5 no *Microsoft Forms*.
Contrato n° 01/2019 – PARNA do Itatiaia (Hope / Parquetur)	Questionário com 14 perguntas fechadas e algumas para resposta na escala de 1 a 10 no *Microsoft Forms* (Parte Baixa e Parte Alta).
Contrato nº 01/2021 – PARNA de Aparados da Serra e PARNA da Serra Geral (Urbia Cânios Verde S.A.)	Questionário com 23 perguntas fechadas e algumas para resposta na escala de 1 a 10 no *Microsoft Forms*.
Contrato nº 01/2022 – PARNA do Iguaçu (Urbia Cataratas S.A.)	NPS: Em uma escala de 0 a 10, quanto você indicaria o Parque Nacional do Iguaçu para uma pessoa? (Resposta: Escala de 0 até 10). O que te motivou a dar essa nota? E-mail. Plataforma da pesquisa não identificada.

Fonte: elaboração própria, com base nos contratos de concessão nº 136/2010, nº 01/2012, nº, 01/2014, nº 02/2018, nº 01/2019, nº 01/2021 e nº 01/2022, ICMBio (2024), e na observação dos modelos de pesquisa disponibilizados pelas concessionárias (2025).
Source: by the authors, based on concession contracts no. 136/2010, no. 01/2012, no. 01/2014, no. 02/2018, no. 01/2019, no. 01/2021 and no. 01/2022, ICMBio (2024), and on the observation of the research models made available by the concessionaires. (2025).

Dentre as metodologias para construção dos questionários e aplicação das pesquisas mensais, nota-se a falta de informações em alguns contratos e relatórios técnicos para que seja possível identificar a metodologia exata utilizada. O NPS é a principal métrica utilizada no mundo para medir a satisfação de clientes de forma contínua em uma escala de 0 a 10 (Figura 1), e é calculado pela fórmula NPS = (Promotores – Detratores)/ Total de respondentes. Esse cálculo é possível a partir da nota dada pelos clientes, sendo 0 a 6 nota considerada dos detratores que tiveram experiências ruins com a prestação de serviços, nota 7 ou 8 são os clientes neutros que não estão completamente satisfeitos, mas não atrapalham na divulgação dos serviços, e nota 9 ou 10 são os clientes promotores que estão totalmente satisfeitos com os serviços prestados e incentivam outros visitantes (Semeia, 2023). E a CSAT também serve para medir satisfação, mas para resolver problemas mais pontuais, e é composta por um conjunto de perguntas que podem ser respondidas em escala de 1 a 5, notas de 0 a 10 ou com opiniões variando de muito insatisfeito a muito satisfeito (Track.co, 2021).



Figura 1: Exemplo de NPS da Econoronha (2025).
Figure 1: NPS example from Econoronha (2025).
Fonte: Econoronha.
Source: Econoronha.

O Apêndice A apresenta o levantamento de informações sobre as pesquisas de satisfação no que se refere às exigências de cumprimento por parte das concessionárias, tais como: a definição amostral da pesquisa, periodicidade da coleta, e tipo de metodologia para elaboração dos questionários, aplicação e análise dos dados. No entanto, notou-se que os contratos também variam muito no conteúdo sobre esse tema. O contrato de concessão nº 01/2012 apresentou em seu plano de M&A da qualidade dos

serviços um conjunto do que foi denominado como indicadores mínimos a serem inseridos no questionário de pesquisa. O contrato de concessão nº 01/2014 também apresenta um conjunto mínimo do que foi denominado como itens para a formulação das perguntas da pesquisa.

Enquanto os contratos nº 02/2018 e nº 01/2019 foram elaborados com conteúdo bem similar, definindo-se requisitos mínimos para elaboração dos questionários e a determinação de um índice de satisfação que precisa ter resultado acima de 80%. Nos contratos de concessão nº 01/2021 e nº 01/2022, a pesquisa de satisfação está incluída no sistema de mensuração de desempenho das concessionárias como um indicador, mas não há padrão na nomenclatura utilizada, sendo descrita no primeiro contrato como "índice de satisfação dos visitantes" e, no segundo, como "indicador de satisfação do usuário" (Apêndice A).

Pelo fato da pesquisa de satisfação estar inserida no sistema de mensuração de desempenho nos contratos de concessão mais recentes, nos quais o objetivo é conceder desconto da outorga variável às concessionárias, a aferição das pesquisas não tem exigência imediata para iniciar no começo da operação da concessionária, o que prejudica o acompanhamento desde o início da operação sobre a percepção dos visitantes em relação à qualidade e experiência no parque nacional, além de tal iniciativa prejudicar a série histórica de informações para gestão pública de cada parque. As pesquisas de satisfação precisam ir além da avaliação da qualidade da prestação dos serviços prestados, sendo importante dar ênfase à experiência dos visitantes, isto é, buscar o conhecimento sobre as necessidades e expectativas dos visitantes atuais e potenciais, podendo basear-se no ciclo da experiência do visitante, como é o caso da metodologia utilizada pela Parks Canada (Jager; Sanche, 2010).

Por isso, seria importante o ICMBio determinar a metodologia e os modelos de pesquisas considerando que os instrumentos consigam contribuir tanto para avaliação da qualidade da prestação de serviços quanto para compreender como melhorar a experiência dos visitantes, de maneira que não haja interrupções na coleta de dados para compor a série histórica de resultados da gestão pública nos parques e das concessões. Por fim, destaca-se a importância de que seja desenvolvido um modelo de pesquisa padronizado para todos os contratos de concessão contendo: um bloco de perguntas padrões para permitir a análise comparativa da experiência dos visitantes e serviços prestados em todos os parques com concessão, e um bloco de perguntas específicas para avaliar os serviços prestados por cada concessionária em cada parque nacional.

Considerações Finais

Conclui-se neste artigo que o monitoramento e a avaliação da experiência dos visitantes e dos serviços em parques nacionais brasileiros com concessão turística são elementos centrais para a efetivação da sustentabilidade turística em áreas protegidas. A análise integrada dos dados empíricos e teóricos permitiu identificar que a experiência do visitante, a qualidade dos serviços prestados e os instrumentos de gestão, em especial

as concessões, constituem um sistema interdependente e determinante para o sucesso dos destinos.

No contexto brasileiro, os mecanismos de avaliação da satisfação e da experiência dos visitantes são variados e, em grande parte, não padronizados. As concessionárias utilizam instrumentos como o NPS (Net Promoter Score) e o CSAT (Customer Satisfaction Score) para mensurar o desempenho, mas a ausência de diretrizes metodológicas consistentes nos contratos de concessão compromete a qualidade e a comparabilidade das informações geradas. A adoção de diferentes formulários, plataformas e abordagens, muitas vezes com foco apenas em aspectos operacionais, limita a efetividade do monitoramento e da avaliação (M&A) dessas parcerias.

Observa-se que a falta de exigência da aplicação das pesquisas desde o início das concessões prejudica a construção de uma série histórica robusta e, consequentemente, o aprimoramento da gestão pública e da governança participativa dos parques nacionais. Além disso, a ênfase excessiva na qualidade da prestação de serviços, em detrimento da avaliação do ciclo completo da experiência do visitante, enfraquece o potencial das concessões como instrumentos de parceria em prol da sustentabilidade.

Dessa forma, recomenda-se que o ICMBio estabeleça uma metodologia padronizada de pesquisa de satisfação que contemple tanto os aspectos objetivos da qualidade dos serviços quanto os componentes subjetivos da experiência do visitante. Essa padronização deve incluir critérios mínimos para o conteúdo dos questionários, periodicidade da coleta de dados, validação das ferramentas utilizadas e integração com os indicadores de desempenho das concessionárias.

É igualmente importante que tais metodologias permitam capturar as percepções dos visitantes sobre os impactos ambientais, culturais e sociais da visita, conforme sugerido por modelos internacionais como o Parks Canada (Jager; Sanche, 2010). Essa abordagem ampliaria a capacidade de tomada de decisão informada e baseada em evidências, contribuindo para a melhoria contínua da gestão e para o alinhamento entre os objetivos de conservação e desenvolvimento turístico.

Portanto, conclui-se que o fortalecimento das práticas de monitoramento e avaliação da experiência e da satisfação dos visitantes deve ser encarado como um componente estratégico na governança das concessões turísticas em áreas protegidas. Ao alinhar padrões metodológicos, garantir transparência nos dados e ampliar o foco para toda a jornada do visitante, será possível consolidar modelos de concessão mais eficientes, participativos e sustentáveis, beneficiando não apenas os turistas, mas também as comunidades locais e o meio ambiente.

Referências

ACQUAH, E.; ANTOBRE, O. O.; ADOM-ASAMOAH, G.; OPOKU, P. Understanding Visitor Experiences and Motivations Through an Importance-Satisfaction Analysis of a Protected Area in Ghana. **Tourism Planning & Development**, [S. l.], 2024. Publicação antecipada online. Disponível em: https://doi.org/10.1080/21568316.2024.2365380. Acesso em: 25 jun. 2025.

AL-SULAITI, K. I.; ABAALZAMAT, K. H.; KHAWALDAH, H. Exploring the drivers of visitor satisfaction, perceived value, and loyalty towards events in

cultural heritage sites: The case of Katara Cultural Village. **Event Management**, v. 25, n. 6, p. 841–858, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.3727/152599521X16106577965099 Acesso em: 25 jun. 2025.

BARAL, R.; RIJAL, D. P. Visitors' impacts on remote destinations: An evaluation of a Nepalese mountainous village with intense tourism activity. **Heliyon**, v. 8, n. 8, e10395, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10395. Acesso em: 25 jun. 2025.

CARRASCOSA-LOPEZ, C.; CARVACHE-FRANCO, M.; CARVACHE-FRANCO, W. Perceived Value and Its Predictive Relationship with Satisfaction and Loyalty in Ecotourism: A Study in the Posets-Maladeta Natural Park in Spain. **Sustainability**, v. 13, n. 14, 7860, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.3390/su13147860. Acesso em: 25 jun. 2025.

CHAN, J. K. L.; SAIKIM, F. H. Exploring the ecotourism service experience framework using the dimensions of motivation, expectation and ecotourism experience. **Tourism and Hospitality Research**, v. 22, n. 4, p. 425–443, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1177/14673584221087093. Acesso em: 25 jun. 2025.

CHANG, K.-C.; WANG, K.-E. Pleasure and restriction: The relationships between community tourism experience value and visitor management. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism – Research Planning and Management**, v. 42, p. 100613, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100613. Acesso em: 25 jun. 2025

CHENG, Z.; CHEN, X. The Effect of Tourism Experience on Tourists' Environmentally Responsible Behavior at Cultural Heritage Sites: The Mediating Role of Cultural Attachment. **Sustainability**, v. 14, n. 1, 565, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.3390/su14010565. Acesso em: 25 jun. 2025.

DIEZ-GUTIERREZ, M.; BABRI, S. Tourists' perceptions of economic instruments as sustainable policies in protected areas: The case of Geiranger fjord in Norway. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, v. 39, 100526, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100526. Acesso em: 25 jun. 2025.

DRAPELA, E. Creating Strategies to Mitigate the Adverse Effects of Overtourism in Rural Destinations: Experience from the Czech Republic. **Sustainability**, v. 15, n. 24, 16958, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.3390/su152416958. Acesso em: 25 jun. 2025.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 136/2010 - PARNA Marinho de Fernando de Noronha/PE.** Brasília, DF: ICMBio, Econoronha, 2010.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 01/2012 - PARNA da Tijuca/RJ.** Brasília, DF: ICMBio, Paineiras Corcovado, 2012.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 01/2014 - PARNA da Tijuca/RJ.** Brasília, DF: ICMBio, Trem do Corcovado, 2014.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 02/2018 - PARNA da Chapada dos Veadeiros/GO.** Brasília, DF: ICMBio, Parquetur, 2018.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 01/2019 - PARNA do Itatiaia/RJ.** Brasília, DF: ICMBio, Parquetur, 2019.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 01/2021 - PARNA de Aparados da Serra/RS-SC e PARNA da Serra Geral/RS-SC.** Brasília, DF: ICMBio, Urbia Cânios Verdes, 2021.

ICMBIO - INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Contrato de concessão nº 01/2022 - PARNA do Iguaçu/PR.** Brasília, DF: ICMBio, Urbia Cataratas, 2022.

ICMBIO – INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Painel Dinâmico de Monitoramento da Visitação nas UCs Federais.** COEST/ICMBIO, 2025. Disponível em: https://www.gov.br/icmbio/pt-br/centrais-de-conteudo/paineis-dinamicos-do-icmbio. Acesso em: 20 jun. 2025.

JUMA, L. O.; BAKOS, I. M.; KHADEMI-VIDRA, A. Nature interpretation and visitor management objectives: A survey of tourist attitudes at Maasai Mara National Reserve, Kenya. **Sustainability**, v. 12, n. 18, p. 7246, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.3390/su12187246. Acesso em: 25 jun. 2025.

KULARATNE, T.; WILSON, C.; LEE, B.; HOANG, V.-N. Tourists' before and after experience valuations: A unique choice experiment with policy implications for the nature-based tourism industry. **Economic Analysis and Policy**, v. 69, p. 529–543, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.eap.2021.01.002. Acesso em: 25 jun. 2025.

LI, T. (T.); LIU, F.; SOUTAR, G. N. Experiences and value perceptions of an ecotourism trip—An empirical. **Tourism Recreation Research**, [S. l.], 2020. Publicação antecipada online. Disponível em: https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1804736. Acesso em: 25 jun. 2025.

LOBO, A. C.; SIMÕES, L. L. **Manual de monitoramento e gestão dos impactos da visitação em unidades de conservação.** São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, Fundação Florestal; BID; WWF-BRASIL, 2011. 78 p.

MOISESCU, O.-I.; GICA, O.-A.; DOROBANTU, M.-C. Exploring the drivers of visitor loyalty in the context of outdoor adventure parks: The case of Arsenal Park in Romania. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 18, n. 19, p. 10033, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.3390/ijerph181910033. Acesso em: 25 jun. 2025.

MOTA, L.; FRANCO, M.; SANTOS, R. Island tourism carrying capacity in the UNESCO Site Laurisilva of Madeira. **Island Studies Journal,** v. 16, n. 2, p. 255–269, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.24043/isj.143. Acesso em: 25 jun. 2025.

NETTO, P. **Experiência e turismo: uma união possível**. *In:* NETTO, P.; GAETA, C. Turismo de experiência. Tradução. São Paulo: Editora SENAC, São Paulo, 2010, 360 p.

NEUPANE, R.; ANUP, K. C.; ARYAL, M.; RIJAL, K. Status of ecotourism in Nepal: a case of Bhadaure-Tamagi village of Panchase area. **Environment Development and Sustainability**, v. 23, n. 11, p. 15897–15920, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10668-021-01317-z. Acesso em: 25 jun. 2025.

NGAH, A. H. et al. Fostering voluntourism satisfaction and future behaviour in island destinations. **Sustainability**, v. 13, n. 5, p. 2767, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.3390/su13052767. Acesso em: 25 jun. 2025.

NIAN, S. et al. How outstanding universal value attractiveness and tourism crowding affect visitors' satisfaction? **Behavioral Sciences**, v. 13, n. 2, p. 112, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.3390/bs13020112. Acesso em: 25 jun. 2025.

NORTHCOTE, J. A sustainable visitation index: A new visitor management framework based on environmental, cultural and social carrying capacity. **Journal of Ecotourism**, v. 19, n. 3, p. 226–243, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1080/14724049.2020.1715417. Acesso em: 25 jun. 2025.

OLMOS-MARTINEZ, E. Visitor satisfaction index at the El Verde Camacho ecotourism sanctuary, Sinaloa, Mexico: A quantitative and perception approach. **Periplo Sustentable**, n. 48, p. 56–73, 2024. Disponível em: https://doi.org/1 10.36677/elperiplo.v0i48.24225. Acesso em: 25 jun. 2025.

RAVIKUMAR, A.; AL SUBHI, S.; MEESALA, K. M. Community perception and attitude towards sustainable tourism and environmental protection measures: An exploratory study in Muscat, Oman. **Economies**, v. 10, n. 2, p. 29, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.3390/economies10020029. Acesso em: 25 jun. 2025.

RODRIGUES, C. G. de O.; ABRUCIO, F. L. Valores públicos e os desafios da responsabilização nas parcerias para o turismo em áreas protegidas: um ensaio teórico. **Turismo: Visão e Ação**, v. 22, p. 67-86, 2020.

SANI, M. E. A.; SAKAWI, Z.; ROSE, R. A. C. Evaluation of visitor satisfaction and landscape quality for sustainable landscape management in recreational parks in Selangor. **Geografia – Malaysian Journal of Society and Space**, v. 19, n. 1, p. 223–236, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.17576/geo-2023-1901-18. Acesso em: 25 jun. 2025.

SEEBUNRUANG, J.; BURNS, R. C.; ARNBERGER, A. Is national park affinity related to visitors' satisfaction with park service and recreation quality? A case study from a Thai forest national park. **Forests**, v. 13, n. 5, p. 753, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.3390/f13050753. Acesso em: 25 jun. 2025.

SILVA, L. F.; RIBEIRO, J. C.; CARBALLO-CRUZ, F. Visitors' satisfaction and loyalty toward protected areas: Exploring the role of motivations and perceived quality. **Leisure Sciences**, [S. l.], 2023. Publicação antecipada online. Disponível em: https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2285348. Acesso em: 25 jun. 2025.

TONGE, J.; MOORE, S.; TAPLIN, ROSS. Visitor satisfaction analysis as a tool for park managers: a review and case study. **Annals of Leisure Research**, v. 14, n. 4, p. 289-303, 2011. DOI: https://doi.org/10.1080/11745398.2011.639339.

TRACK.CO. **NPS e CSAT: quando devo utilizar o NPS ao invés do CSAT?** 02 mar. 2021. Disponível em: https://track.co/blog/quando-devo-utilizar-o-nps-ao-inves-do-csat/. Acesso em: 20 jun. 2025.

TRIGO, L. G. G. **A viagem como experiência significativa**. *In:* NETTO, P.; GAETA, C. Turismo de experiência. Tradução. São Paulo: Editora SENAC, São Paulo, 2010, 360 p.

TRISIC, I. et al. Sustainable tourism in protected area – A case of Fruska Gora National Park, Vojvodina (Northern Serbia). **Sustainability**, v. 14, n. 21, p. 14548, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.3390/su142114548. Acesso em: 25 jun. 2025.

URRY, J. **O olhar do turista – lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** 3ª Ed. Editora Studio Nobel, 2001.

WANG, B.; HE, S.; SUN, Y.; MIN, Q. Giving voice to tourists: Improving the governance of protected areas through tourists' perceptions and expectations. **Forests**, v. 13, n. 9, p. 1523, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.3390/f13091523. Acesso em: 25 jun. 2025.

Apêndice A

Concessões antes da Lei n° 13.668/2018 (Brasil, 2018)

Contrato n° 136/2010 - PARNA Marinho de Fernando de Noronha (EcoNoronha)

O que consta no contrato ou projeto básico?	**Metodologia identificada**
Concessionária apresentar proposta de metodologia para no mínimo 35% dos visitantes serem entrevistados por mês ou a cada três meses.	Utilização da metodologia Net Promoter Score (NPS) para pesquisas enviadas por e-mail após a visita para todos os visitantes. E pesquisa, com questionário definido pela concessionária e parceiros, aprovado pelo ICMBio, e aplicado a cada três meses no aeroporto da ilha de Fernando de Noronha.

Contrato nº 01/2012 – PARNA da Tijuca (Paineiras Corcovado)

O que consta no contrato ou projeto básico?	**Metodologia identificada**
Concessionária apresentar um Plano de Monitoramento e Avaliação da qualidade dos serviços prestados, com proposta de metodologia de pesquisa a ser aplicada	Utilização do Net Promoter Score (NPS) para pesquisas enviadas por e-mail após a visita para todos os visitantes.

englobando de 3% a 5% dos visitantes por mês, com base nos dados do ano anterior, e a cada 3 meses. A pesquisa precisa ter os seguintes indicadores: -Para todos os serviços ter: Cortesia e atendimento dos funcionários; Tempo de espera para atendimento; Preços praticados; Sinalização; Informações fornecidas; Limpeza e higiene dos ambiente; Conforto do ambiente; Horário de atendimento; dentre outros; -Para serviços do complexo gastronômico, a serem analisados indicadores tais corno, qualidade dos pratos, do cardápio, da carta de vinhos, do rnobiliário e utensílios, dentre outros; -Para serviços de controle de estacionamento de veículos, acesso rodoviário e transporte de visitantes, a serem analisados com indicadores tais corno, conforto, riscos de acidentes, acessibilidade, sinalização e orientação, dentre outros; -Para serviços de cobrança de ingressos a serem analisados indicadores tais corno confiabilidade, eficiência e emprego de tecnologia da informação e comunicação, dentre outros; -Para serviços das lojas de conveniências, a serem analisados indicadores tais corno qualidade, utilidade, disposição e design dos produtos, dentre outros; -Para serviços do centro de visitação e eventos, a serem analisados indicadores tais como infraestrutura, acessibilidade e sinalização; -Para serviços e informações da sala de exposições a serem analisados indicadores tais corno, informações fornecidas, interatividade, acessibilidade para pessoas corn mobilidade reduzida, técnica e tecnologias ernpregadas, criatividade, sinalização, recursos audiovisuais empregados, instrurnentos de educação ambiental, dentre outros.	

Contrato nº 01/2014 – PARNA da Tijuca (Trem do Corcovado)

O que consta no contrato ou projeto básico?	**Metodologia identificada**
Concessionária apresentar um Plano de Monitoramento da Qualidade dos Serviços e Satisfação dos Visitantes, com pesquisas periódicas e frequentes de satisfação com amostragem significativa para aferir a qualidade de todos os serviços. O grau de satisfação mínimo aceitável será de 60% na somatória dos itens de "bom" e "excelente".	Utilização do Net Promoter Score (NPS) para pesquisas enviadas por e-mail após a visita para todos os visitantes.

O projeto básico prevê alguns itens mínimos que devem ser incluídos no questionário de pesquisa, com grau de satisfação de "péssimo", "regular", "bom" e "excelente". Os itens são: 1. Cortesia e atendimento dos funcionários; 2. Tempo de espera para embarque; 3. Sinalização/Informação; 4. Limpeza e higiene dos ambientes; 5. Conforto do ambiente/Acessibilidade; 6. Horário de atendimento; 7. Acessibilidade no sítio na aquisição do bilhete; e 8. Nível de ruídos.	

Concessões após a Lei n° 13.668/2018 (Brasil, 2018), que inseriu o Art. 14-C na Lei nº 11.516/2007

Contrato n° 02/2018 – PARNA da Chapada dos Veadeiros (Consórcio Sociparques / Parquetur)

O que consta no contrato ou projeto básico?	**Metodologia identificada**
Concessionária deve acordar metodologia e periodicidade com o poder concedente no primeiro ano de operação. A pesquisa de satisfação deve ser realizada com os visitantes avaliando instalações, atendimento, limpeza e conservação ambiental a partir do segundo ano de operação. A concessionária deve fazer a sistematização das respostas em planilha física e digital e entregar o relatório ao poder concedente, que fará análise da pesquisa e considerará satisfatório resultado acima de 80% de satisfação dos visitantes nas pesquisas realizadas.	Questionário, com perguntas fechadas e de avaliação por grau de satisfação (1 muito ruim, 2 ruim, 3 razoável, 4 bom e 5 ótimo), enviadas por e-mail após a visita para todos os visitantes. A pesquisa também pode ser acessada via QR Code ou em tablets disponibilizados em locais estratégicos do parque. As respostas são registradas em formulário *Microsoft Forms.*

Contrato n° 01/2019 – PARNA do Itatiaia (Hope / Parquetur)

O que consta no contrato ou projeto básico?	**Metodologia identificada**
Concessionária deve acordar metodologia e periodicidade com o poder concedente no primeiro ano de operação. A pesquisa de satisfação deve ser realizada com os visitantes avaliando instalações, atendimento, limpeza e conservação ambiental a partir do segundo ano de operação. A concessionária deve fazer a sistematização das respostas em planilha física e digital e entregar o relatório ao poder concedente, que fará a análise da pesquisa e considerará satisfatório resultado acima de 80% de satisfação dos visitantes nas pesquisas realizadas.	Questionário, com perguntas fechadas e de avaliação por grau de satisfação (1 a 10), enviadas por e-mail após a visita para todos os visitantes. A pesquisa também pode ser acessada via QR Code existentes em locais estratégicos do parque. As respostas são registradas em formulário *Microsoft Forms.*

Contrato nº 01/2021 – PARNA de Aparados da Serra e PARNA da Serra Geral (Urbia Cânios Verde S.A.)

O que consta no contrato ou projeto básico?	Metodologia identificada
Concessionária deve apresentar metodologia para a pesquisa em que demonstre que a efetiva aleatoriedade da amostra mensal de visitantes seja estabelecida mediante sorteio ou por meio de software, cujos sistemas, ferramentas e documentos a serem empregados possam ser auditados de forma a garantir maior imparcialidade no resultado do indicador. A pesquisa deve ser aplicada mensalmente e apurada em ciclos semestrais (ano civil), e entregue para o poder concedente até 15 (quinze) dias do final do ciclo, englobando, obrigatoriamente, amostras mensais aleatórias de, no mínimo, 10% dos visitantes, tendo como referência o mesmo período do ano anterior (sendo que, no início do contrato, deve-se considerar 5% da média histórica de visitantes aferida pelo ICMBio). A pesquisa de satisfação é incluída no Sistema de Mensuração de Desempenho por meio do indicador "índice de satisfação dos visitantes". Deve-se incluir resultados de pesquisas de opinião e satisfação de visitantes no Sistema de Gestão Operacional a ser desenvolvido pela concessionária. O verificador independente deve validar os resultados do índice de satisfação dos visitantes apurado pela concessionária. A pesquisa precisa contar uma escala gradativa entre 1.péssimo e 10.ótimo para os seguintes itens: a) cortesia e atendimento dos funcionários; b) tempo de espera para entrada no parque e tempo de espera para uso dos atrativos; c) o valor gasto foi compatível com a experiência do visitante; d) sinalização e acessibilidade, inclusive para deficientes físicos acessarem estruturas internas e externas dos Parques; e) limpeza e higiene das instalações e espaços de receptivo; f) qualidade de alimentos e produtos disponibilizados nas instalações de alimentação e comércio; g) manutenção e conservação de instalações, espaços e serviços de visitação em atrativos turísticos; e h) percepção quanto à segurança patrimonial do visitante. Além dos critérios mínimos: a) Nacionalidade, b) Faixa etária, c) Gênero, d) Escolaridade, e) Portador de necessidades especiais (sim/não) e f) Origem do visitante.	Questionário de pesquisa de perfil do visitante e avaliação da experiência (*Customer Experience Survey*) enviada por e-mail após a visita para todos os visitantes.

Contrato nº 01/2022 – PARNA do Iguaçu (Urbia Cataratas S.A.)

O que consta no contrato ou projeto básico?	Metodologia identificada
A concessionária deve apresentar metodologia para a pesquisa em que demonstre o uso de ferramentas passíveis de auditoria, de forma a garantir imparcialidade no resultado do indicador. A concessionária deve realizar pesquisa de satisfação dos usuários com desenho amostral que considere a representatividade estatística no que se refere ao perfil do visitante e à sazonalidade da visitação. A amostra de respostas dos questionários, aplicados fisicamente ou por meio digital, deverá ter margem de erro de 5% e grau de confiança de 95%, e deverá identificar qual (ou quais) polo(s) foi (foram) utilizado(s) pelo usuário. A pesquisa de satisfação é incluída no Sistema de Mensuração de Desempenho por meio do "indicador de satisfação do usuário" a ser mensurado a partir do 37º mês do contrato, com periodicidade anual. O verificador independente deve validar os resultados do índice de satisfação dos visitantes apurado por empresa especializada de pesquisa de satisfação contratada pela concessionária. A pesquisa precisa capturar a percepção dos usuários no mínimo sobre os seguintes temas: a) Manutenção e conservação de instalações, espaços e serviços de visitação da Área da Concessão; b) Segurança do visitante na Área da Concessão e nas atividades de aventura; c) Manutenção, conservação e limpeza do sistema de transporte interno; d) Qualidade de alimentos e produtos disponibilizados aos usuários; e) Cortesia e atendimento dos funcionários da concessionária; f) Sinalização e disponibilidade de informações dos serviços e atrativos da Área da Concessão; g) Acessibilidade na área da concessão; h) Tempo de espera para entrada no PNI, uso de serviços, visitação de atrativos; e i) Qualidade da visitação dos atrativos. Além dos critérios mínimos: a) Nacionalidade; b) Faixa etária; c) Gênero; d) Escolaridade; e) Portador de necessidades especiais (sim/não); e f) Origem do visitante.	Utilização da metodologia *Customer Satisfaction Score* (CSAT), com base na avaliação por pontos de 1 a 10, em que 1 é péssimo e 10 é ótimo, enviadas por e-mail após a visita para todos os visitantes.

Fonte: elaboração própria, com base nos contratos de concessão nº 136/2010, nº 01/2012, nº, 01/2014, nº 02/2018, nº 01/2019, nº 01/2021 e nº 01/2022, ICMBio (2024).

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Artigo derivado de tese de doutorado da USP.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.