



Recebido:25/09/2024

Aprovado:22/11/2024

Avaliado:pelo Sistema Double Blin Review

**PERFIL E PERCEPÇÃO DA SATISFAÇÃO E FELICIDADE
DO TURISTA DE CAMPO GRANDE – MS**

**PROFILE AND PERCEPTION OF TOURIST SATISFACTION
AND HAPPINESS IN CAMPO GRANDE – MS**

Fany Oliveira de Menezes

E-mail: fanyturismogf@gmail.com

ORCID: 0009-0002-8598-088X

Raquel Belmira Silva

E-mail: raquel.37belmira@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5895-1907

Wantuyr Barbosa Tartari

E-mail: wantuirtartari@gmail.com

ORCID: 0009-0001-8437-6341

RESUMO

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Campo Grande (SECTUR), por meio do Observatório do Turismo de Campo Grande, realizou a presente pesquisa que teve por objetivo avaliar o perfil dos turistas e identificar sua percepção de satisfação com relação ao local visitado na capital sul-mato-grossense. A pesquisa se caracteriza como mista, qualitativa e quantitativa. A metodologia utilizada foi de caráter exploratório e descritivo, sendo possível um levantamento de dados mais preciso e estruturado. Foram entrevistadas 337 pessoas, das quais a maioria tinha entre 36 e 45 anos (31%) e eram do sexo masculino (57%). Quanto a satisfação com a experiência na cidade, 47% atribuíram nota 4, seguidos de 42% que deram nota máxima (5). Além disso, foram avaliados elementos como a gastronomia, limpeza urbana e os atrativos mais visitados.

Palavras-chave: Turista; Perfil; Satisfação; Campo Grande.

ABSTRACT

The Campo Grande Municipal Department of Culture and Tourism (SECTUR), through the Campo Grande Tourism Observatory, carried out this survey with the aim of assessing the profile of tourists and identifying their perception of satisfaction with the place they visited in the capital of Mato Grosso do Sul. The research is characterized as mixed, qualitative and quantitative. The methodology used was exploratory and descriptive, making it possible to gather more precise and structured data. 337 people were interviewed, the majority of whom were between 36 and 45 years old (31%) and male (57%). In terms of satisfaction with their experience in the city, 47% gave it a 4, followed by 42% who gave it the highest score (5). In addition, elements such as gastronomy, urban cleanliness and the most visited attractions were evaluated.

Keywords: Tourists; Profile; Satisfaction; Campo Grande.



1. INTRODUÇÃO

A satisfação e a felicidade são processos individuais que varia de pessoa para pessoa e que possui forte influência na conduta e comportamento do turista por onde ele passa.

As localidades detentoras de atrativos turísticos, necessitam constantemente realizar investimento neste processo para que os visitantes estejam satisfeitos e gradativamente o fluxo de pessoas aumente e chegue aos objetivos almeçados do lugar.

Nesse sentido, esta pesquisa aborda o tema satisfação e felicidade ligado ao perfil do turista da cidade de Campo Grande – MS. O objetivo foi identificar o grau de satisfação e felicidade dos visitantes com suas experiências no destino. O levantamento foi realizado de 23 de maio a 03 de junho de 2024, nas dependências do Aeroporto Internacional de Campo Grande, sendo entrevistadas 337 pessoas durante a espera para o embarque. A pesquisa se caracteriza como mista, qualitativa e quantitativa. A metodologia utilizada foi de caráter exploratório e descritivo com informações primárias, sendo possível um levantamento de dados mais preciso e estruturado.

Os dados alcançados durante a pesquisa estão aqui expostos de maneira clara e sucinta para a compreensão e visualização daqueles que assim se interessam pelo assunto.

2. RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com a pesquisa realizada, em relação ao perfil, nota-se que a faixa etária dos respondentes foi a partir dos 18 anos, sendo evidenciado que 31% dos entrevistados tinham entre 36 e 45 anos, seguida pelos de 26 a 35 anos, com 28% e, a minoria com mais de 60 anos, totalizando 6% (Gráfico 1). Em se tratando do gênero, pode-se observar no Gráfico 2 que a maior porcentagem se declarou sendo do sexo masculino com 57%. Quando perguntados sobre a escolaridade, mais da metade declarou possuir ensino superior completo (53%); ensino médio completo (19%); pós-graduação (16%); ensino técnico (9%) e ensino fundamental completo (3%).



Gráfico 1 – Faixa etária

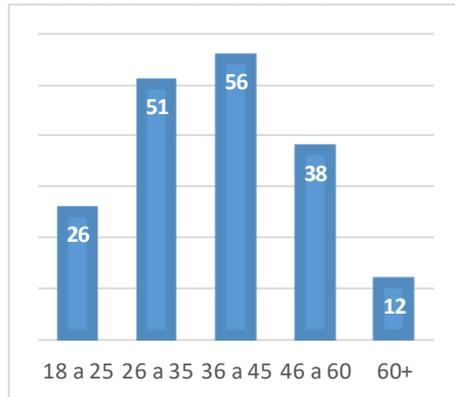
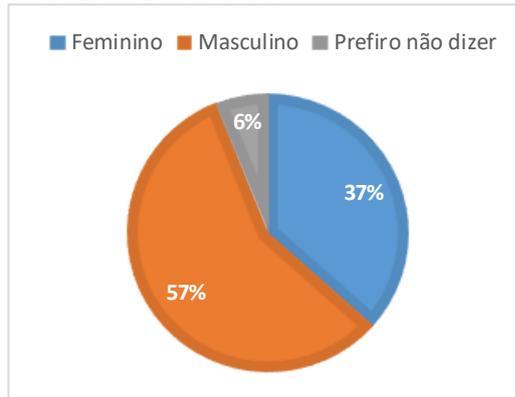


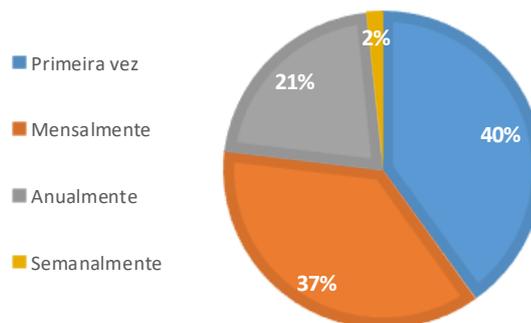
Gráfico 2 - Gênero



Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

Avaliando o percentual dos participantes da pesquisa, percebe-se que 40% visitam pela primeira vez o município, um pouco à frente dos que frequentam a cidade mensalmente com 37%. Essa porcentagem cai exponencialmente quando realizada uma comparação entre os que retornam anualmente (21%) e aqueles que regressam semanalmente com 2%, conforme apresentado no gráfico 3.

Gráfico 3 – Frequência de visita

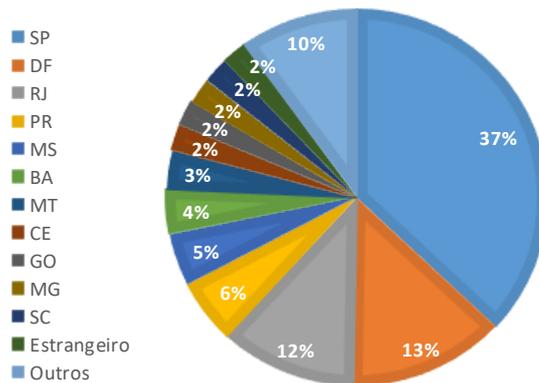


Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

No que tange ao estado de origem, observado no gráfico 4, nota-se a predominância de São Paulo com 37%, tendo uma larga margem de diferença para os próximos que são: Distrito Federal com 13% e Rio de Janeiro com 12%. Outros estados também são citados, porém, com percentual menor, entre 6% e 2% são: Paraná (6%), Mato Grosso do Sul (5%), Bahia (4%), Mato Grosso (3%), Ceará (2%), Goiás (2%), Minas Gerais (2%) e Santa Catarina (2%).



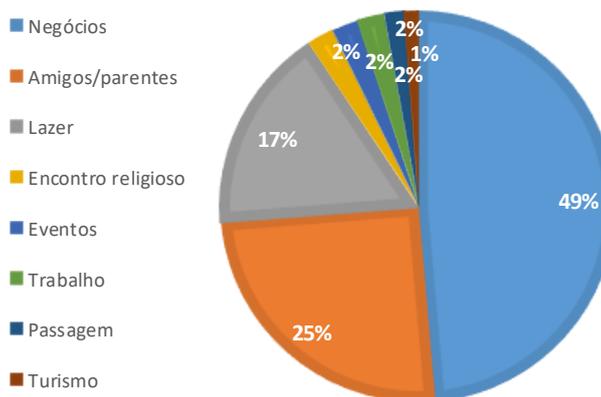
Gráfico 4 – Estado de origem



Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

Em relação as motivações de visita ao destino, demonstradas no gráfico 5, as que tiveram maiores pontuações foram respectivamente, negócios 49%, visita a amigos e parentes 25% e, lazer 17%. Outras variáveis são: encontro religioso, eventos, trabalho, passagem, todos eles com 2% cada e motivação turística om 1 %. Ficando claro aqui, a vocação do município para turismo de negócios e eventos, conforme enfatizado no Plano Municipal de Turismo de Campo Grande, 2023.

Gráfico 5 – Motivo da viagem



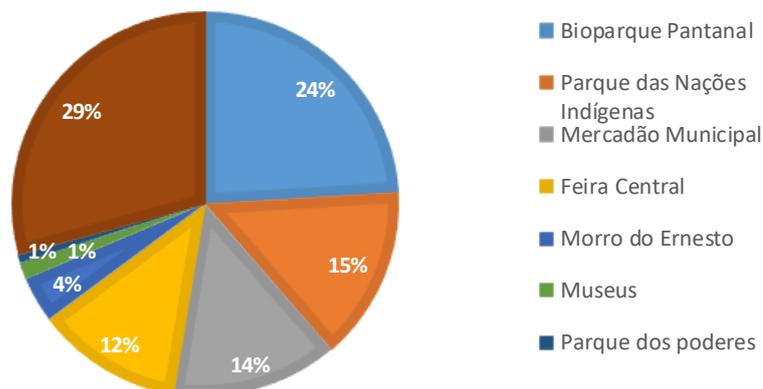
Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

A pesquisa identificou que os atrativos que mais marcaram as experiências dos visitantes foram o Bioparque Pantanal, o maior aquário de água doce do mundo, com 24%; o Parque das Nações Indígenas com 15%; o Mercado Municipal ficou com 14%, seguido da Feira Central com 12% e Morro do Ernesto com 4%. Conforme verifica-se no gráfico 6, o Parque dos Poderes e os Museus tiveram apenas 1% entre os que participaram



da pesquisa. Outro ponto a ser notado é que 29% dos entrevistados não visitaram nenhum atrativo, número significativo e de maior porcentagem nesse quesito.

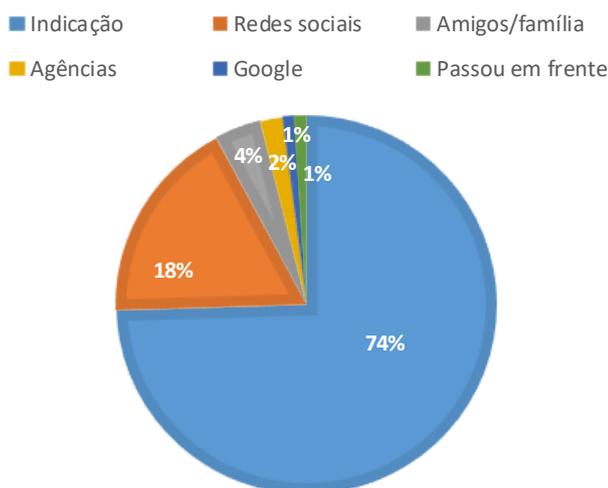
Gráfico 6 – Atrativos que os turistas visitaram e mais gostaram



Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

No gráfico a seguir, nota-se claramente a importância de a comunidade local conhecer sua cidade e os atrativos que ela possui para poderem indicar aos visitantes. A maioria irrefutável ficou sabendo do lugar e o visitou através de indicação (74%). Outro recurso determinante na escolha foi a mídia social com 18%; seguidos de amigos e parentes 4%; agências 2% e, empatados em 1%, Google e passou em frente.

Gráfico 7 – Como ficou sabendo do lugar



Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

A limpeza urbana foi outro item avaliado pelos respondentes, tendo um resultado positivo com 81% entre ótimo e bom (Gráfico 8), fortalecendo que Campo Grande é considerada uma cidade limpa. A experiência com a gastronomia do município também merece destaque com 94% de aprovação entre ótimo e bom (Gráfico 9). A Hospedagem local



foi classificada entre bom e ótimo com 49% e 45% respectivamente, apenas 6% a classificaram como regular (Gráfico 10).

Gráfico 8 – Limpeza urbana

■ Bom ■ Ótimo ■ Péssimo
■ Regular ■ Ruim

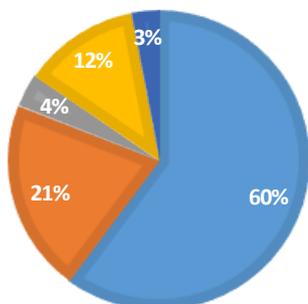


Gráfico 9 – Restaurantes

■ Bom ■ Ótimo ■ Regular

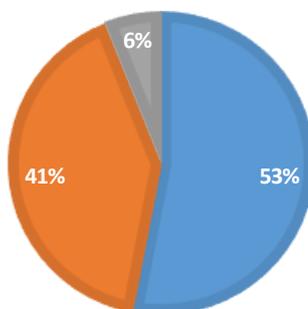
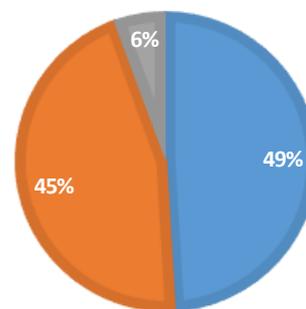


Gráfico 10 - Hospedagem

■ Bom ■ Ótimo ■ Regular



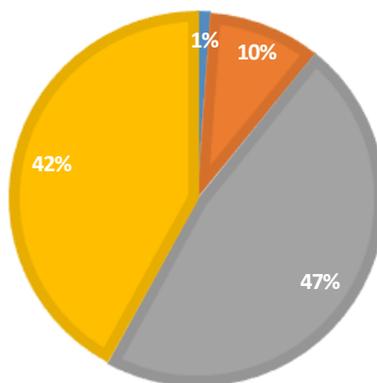
Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)

O levantamento dos dados mostrou também que os turistas pernoitam em média 4,49 dias em Campo Grande. Em relação aos gastos com hospedagem, a média diária revelada ficou em R\$ 265,34, seguido de R\$214,30 com alimentação e R\$ 84,23 com *souvenirs*.

Os resultados mostrados no gráfico abaixo, no que tange a satisfação e felicidade dos visitantes, a nota variava 1 a 5, sendo o número 5 o de maior satisfação; 47% das pessoas deram nota 4 para sua estadia no município e, 42% deram a nota máxima, 5; apenas 10% deram nota 3 e, 1% nota 1. Ficou elucidado que a maioria avaliou sua experiência em Campo Grande como sendo positiva e satisfatória.

Gráfico 11 – Grau de felicidade de estadia no município

■ 1 ■ 3 ■ 4 ■ 5



Fonte: Observatório de Turismo de Campo Grande (2024)



De acordo com a pesquisa realizada, ao analisar o perfil dos visitantes de Campo Grande e como se comportam no que se refere ao grau de satisfação e felicidade em relação a sua estadia no destino, os resultados constataram que os turistas estão satisfeitos com a limpeza urbana, os espaços e serviços que são oferecidos atualmente pela mesma. Confirmando que a Cidade Morena, assim conhecida por seus municípios, é um destino agradável para ser visitado e viver experiências agradáveis e únicas.

REFERÊNCIAS

PMT-CG. Plano Municipal de Turismo, 2017-2027. Campo Grande - MS, 2023. Disponível em:

<https://prefcrepositorio.campogrande.ms.gov.br/wpcdn/uploads/sites/10/2023/10/PLANO-MUNICIPAL-DE-TURISMO-2023.pdf>

PMCG. Observatório de Turismo de Campo Grande, 2024. Campo Grande - MS. Disponível em: <https://www.campograndedosipes.com.br/post/show/em-pesquisa-inedita-turistas-apontam-serem-felizes-durante-estadia-em-campo-grandems>