Análise dos fatores de satisfação pelos serviços turísticos: estudo com turistas na cidade da Beira

DOI: 10.54446/bcg.v15i2.3936

Geraldo Cardoso Sotaria[1], *Jorge Alberto Brianga*[2]

Resumo

A presente pesquisa aborda os fatores de satisfação pelos serviços turísticos. Tem como objetivo analisar os fatores que podem influenciar na satisfação dos turistas pelos serviços turísticos. Neste contexto, foi aplicada a pesquisa quantitativa a partir do estudo de caso realizado na cidade da Beira que decorreu nos meses de Março a Maio do ano 2024. A partir da pesquisa do campo e das análises feitas, os resultados mostram que o perfil dos turistas que visitaram a cidade da Beira era predominantemente feminino, adultos e visitaram esta cidade por motivos maioritariamente relacionados a férias/lazer. Relativamente aos fatores de satisfação, os resultados mostram que, a culinária diversificada, e o preço pelos serviços turísticos são os que mais influenciaram na satisfação dos turistas.

PALAVRAS-CHAVE: serviços turísticos; turista; fatores da satisfação.

1 Mestrado em Geografia e Doutorando em Geografia pela Universidade Pedagógica de Maputo. Assistente Universitário e investigador na Universidade Licungo, Extensão da Beira, Moçambique. E-mail: geraldocsotaria@gmail.com. OrcID: https://orcid.org/0009-0007-7343-3313.

2 Licenciado em Gestão Ambiental e Desenvolvimento Comunitário com Habilitação em Ecoturismo pela Universidade Licungo, Extensão da Beira, Moçambique. E-mail: jorgebrianga@gmail.com. OrcID: https://orcid.org/0009-0003-9744-3624.

Introdução

O turismo é um dos sectores que mais cresce nos últimos anos a nível mundial (OMT, 2003), sendo visto deste modo, como uma alternativa para o desenvolvimento económico das comunidades locais. Segundo as estimativas das Nações Unidas (ONU, 2021), até 2030 existirão cerca de 2.5 biliões de visitantes em todo o mundo. Esta tendência caracterizada pelo aumento de turistas a nível global, vai imprimir desafios nos destinos turísticos particularmente na oferta de produto ou serviços.

Este facto levará aos operadores do ramo turístico a desempenharem um papel mais ativo, planejado e atuante visto que, não bastará apenas que os produtos/serviços sejam colocados à disposição dos clientes, porém, há uma necessidade de se agregar um conjunto de valores, que não só possam garantir a satisfação dos visitantes, mas também dando maior significância à interação entre empresa e o cliente. Considerando, no entanto, que, a cidade da Beira pode ser um destino turístico por excelência, é preciso que as estruturas que compõem a oferta turística se foquem em oferecer produtos /serviços de qualidade e que resultem na satisfação dos turistas.

Esta satisfação pode ser com base na oferta de produtos ou serviços de qualidade ou simplesmente pela boa imagem apreendida pelo turista. É nesta perspectiva que se considera essencial identificar os fatores influenciadores da satisfação dos turistas, isto porque através destes o turista desenvolve uma imagem positiva sobre o destino visitado, tornam-se fiéis ao destino e, recomendam aos demais. Entendendo, no entanto, que, os serviços turísticos são todos os atos e ações que permitem ao turista usufruir dos bens turísticos, esta pesquisa procura analisar os fatores que podem influenciar a satisfação dos turistas pelos serviços turísticos na cidade da Beira.

Revendo a noção sobre o Turismo

Há diversos estudos sobre o turismo, tema bastante atual e controverso. Desde a sua explosão nos anos de 1950-1960, devido ao surgimento do turismo de massas, o turismo tem vindo a registar um crescimento bastante acelerado, sendo considerados na atualidade, uma das principais atividades económicas da cidade da Beira. O turismo vem do vocábulo tour que é de origem francesa e significa "volta". (Barreto, 1995). Outra afirmação diz que "a matriz do radical *tour* é do latim, através do seu substantivo tourns, do verbo tornare, cujo significado é "giro, volta, viagem ou movimento de sair e retornar ao local de partida", (Andrade, 1992).

Assim, segundo a OMT (2003, p.38),'' turismo corresponde às atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras". Este conceito refere-se, ao período do desenvolvimento das atividades com finalidades de lazer e negocio no lugar de estadia, não devendo ultrapassar o período consecutivo de 1 ano assumindo-se assim, a inclusão de outras finalidades.

Para Costa (1996, p.23), "o turismo é a soma de todos os negócios que diretas ou indiretamente fornecem bens ou serviços para facilitar as atividades de negócios, prazer e lazer, longe do ambiente doméstico". O conceito apresentado por Costa faz referência o a soma de todos os elementos envolvidos na sua cadeia valores, na execução e na garantia da satisfação com as atividades de lazer fornecidas fora do entorno habitual dos turistas. De acordo com Barreto (2008), turismo é o conceito que compreende "todos os processos especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado".

Deste modo turismo pode ser compreendido de uma forma simples como uma atividade económica mundial caracterizada pelo movimento de viajantes de um local a outro. A deslocação e permanência pouco prolongada de indivíduos fora da respectiva área habitual não motivada por nenhuma atividade diretamente lucrativa. Segundo Trigo e Cooper (2001), referem que o turismo está mais ligado ao conjunto de fatores que proporcionem experiência de viagem geralmente não relacionadas a atividades remuneradas.

Esta atividade, é considerada atualmente, como um fenómeno de elevado valor de crescimento, que incorpora mudanças na economia, na sociedade a nível mundial (Tadini e Melquiades, 2010), visto que, ela contribui para o desenvolvimento de destinos e gera benefícios para equilíbrio da balança de pagamentos, contribui para o aumento do Produto Interno Bruto (PIB), para a criação de empregos, aumento e a distribuição da renda, aumento das oportunidades sociais, diminuição das desigualdades sociais e aumento das oportunidades de lazer. Mathieson e Wall (1982) definem turismo como sendo;

> A movimentação temporária de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e residência, as atividades em que se envolvem durante a estadia nesses destinos e os equipamentos criados para satisfazerem as suas necessidades. O estudo do turismo é o estudo das pessoas fora do seu habitat habitual, das atividades que satisfazem as necessidades dos viajantes e dos impactos que resultam no bem-estar económico, físico e social dos seus anfitriões. Engloba as motivações e experiências dos turistas, as expectativas e ajustamentos efetuados pelos residentes nas áreas receptoras e os papéis desempenhados por numerosas agências e instituições que os intermedeiam (Mathieson & Wall, 1982, p. 1).

Turismo é o "fenómeno social, cultural e económico relacionado com o movimento de pessoas a lugares que não sejam sua residência habitual, por motivos pessoais, de negócios ou profissionais, por um período inferior a um ano" (OMT, 2003). Köhler (2007: 186) reforça a definição da OMT mas acrescenta a perspectiva de combinação de fenómenos e relações que emergem da interação entre as regiões emissoras e receptivas, de turistas, das empresas fornecedoras, dos órgãos do governo, das comunidades e ambientes locais. Para Motta (2007);

> O turismo é um fenómeno socioeconómico que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por uma complexidade de fatores que envolvem a motivação humana, saem do seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconómica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores (Motta, 2007, p.165).

Pode-se constatar a partir dos conceitos apresentados acima sobre o turismo como bastante complexo e que não apresentam uma abordagem única, porém, enfatizados alguns aspectos que envolvem o deslocamento de pessoas para fora do seu local de residência habitual, o tempo de permanência no local visitado e as respectivas motivações de viagem que maioritariamente estão ligadas a lazer, negócio e relação com outras culturas. Assim, são criadas nos destinos turísticos equipamentos que garantam a oferta de serviços de modo a atender as necessidades dos turistas tais como as agências e instituições do ramo turístico, meios de hospedagem entre outros. De acordo com o analista Frank M. Go:

> O turismo pode ser definido como o movimento de indivíduos e grupos de uma localização geográfica para outra por prazer e/ou negócios, sempre em carácter temporário; o atendimento das necessidades dos viajantes seja em trânsito ou no destino, e os impactos económicos, sociocultural e ecológico que tanto os turistas como o sector turístico provocam nas áreas de destino. Essa definição implica que o turismo deve ser visto como: um sector composto por atracções, transporte, facilidades/serviços em geral, informação e promoção (Frank *apud* por Bissoli, 1999, p 23).

Para Costa (1996, p.23) o turismo "é a soma de todos os negócios que direta ou indiretamente fornece bens ou serviços para facilitar as atividades de negócios, prazer e lazer, longe do ambiente doméstico". Turismo é um fenómeno social que consiste, no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoa que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saindo do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural (De LA Torre, *apud* Ignara, 2003).

Os conceitos acima expostos assumem que, o turismo representa todos os elementos que compõem a cadeia valores, que são executadas para garantir a satisfação do turista como as atividades de lazer a ele oferecido fora da sua residência habitual, por um lado, mais por outro esta atividade engloba equipamentos e serviços como de transporte para a locomoção dos turistas, serviços de informação turística e o próprio recurso turístico (atrativos).

Sobre a satisfação turística

Refletir sobre a satisfação não constitui uma tarefa fácil, não apenas no ramo turístico, como também em diversos sectores de atividades nos quais a sua missão é

a de oferecer produtos e serviços aos seus clientes. Várias empresas utilizam a satisfação para determinar a qualidade de seus produtos e serviços ofertados. Na perspectiva de Solomon (2002, p.246), a "satisfação dos consumidores é determinada por sensações gerais ou atitudes que as pessoas têm em relação a um produto depois de o comprar.

Adiante, o autor observa ainda que, os consumidores envolvem-se num constante processo de avaliação do que compram à medida que os produtos são integrados em suas atividades diárias. Neste contexto, podemos reforçar que, a satisfação dos clientes na perspectiva dos serviços está ligada diretamente com a experiência do serviço oferecido pela empresa, e isso se torna um elemento decisivo para o retorno do consumidor à organização, isto revela que, o nível de satisfação do cliente dependerá do valor ofertado a ele pelo processo prestador do serviço.

Sobre o serviço turístico

Para Silva e Jesus (2010), o mercado do turismo (onde imperam a lei da oferta e da demanda, determinada pela variável preço), é constituído por uma vasta rede de inter-relação, as transações são feitas com a participação de todos os intervenientes: produtores, vendedores e compradores de produtos ou serviços que permitem a satisfação das necessidades turísticas. Outrossim, De Rose (2002, p.45), entende que o "serviço turístico é constituído pelos bens e serviços colocados no mercado para a satisfação das necessidades dos turistas.

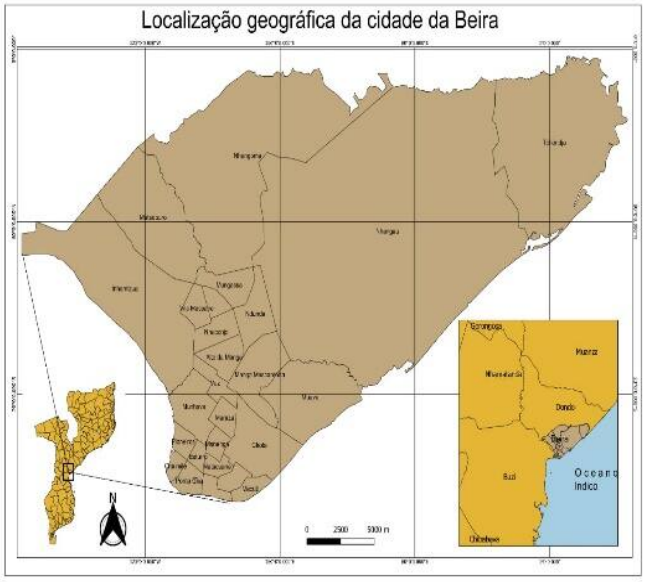
Em sua forma mais simples trata-se do conjunto de atrativos naturais, culturais, estrutura turística, preços e comercialização". Neste contexto, fica relativamente evidente que os serviços turísticos são aqueles bens e serviços colocados à disposição pelos produtores para atender e/ou satisfazer a demanda dos consumidores. Ora, o serviço turístico compreende uma mistura de elementos tangíveis (ex.: acomodação, transporte), e elementos intangíveis (ex.: atendimento ao cliente), que no conjunto poderão definir a sensação no consumidor sobre a satisfação ou não dos seus desejos.

Descrição da metodologia

Área de estudo

De acordo com Amaral (1969) e Muchangos (1994), a cidade da Beira foi (é) erguida em uma região pantanosa junto à foz do Rio Púnguè e sobre alongamentos de dunas de areia ao longo da costa do Índico. Tem uma área de 620 km^2 e uma altitude média de 14 metros acima do nível do mar. Está situado entre as coordenadas 19° 50' Sul e 34° 51˝ Leste. Tem limite ao Norte e oeste como distrito de Dondo, a Leste com o Oceano Índico e ao sul com o distrito do Búzi (vide mapa 1). De acordo com os dados do INE (2017), a população da Beira é de 533.825 habitantes, com uma densidade populacional de 861 habitantes por km^2.

Mapa 1. Localização da área de estudo



Fonte: Os autores (2025)

Apresenta um rico ecossistema de mangais formados por espécies de plantas que toleram águas salgadas (avicenia marinha e rhizophora muconata) que abundam ao longo das margens do Rio Chiveve que constitui o pulmão verde da cidade. O clima é tropical húmido e chuvoso com temperaturas amenas. Possui uma vasta costa marinha com dunas pouco vegetadas e em processo de consolidação, favorecendo a prática do turismo de sol e praia. A coleta de dados foi realizada através de um inquérito por questionário com perguntas fechadas, observação e pesquisa documental que apresentaram variáveis distintas, cujas análises são apresentadas através de tabelas e gráficos.

O questionário foi elaborado com base no Modelo Servqual (serviço/ qualidade), de acordo com a concepção teórica de avaliação de desempenho do Servperf desenvolvido por (Cronin & Taylor, 1994), contendo um total de 14 variáveis. A pontuação para cada variável avaliada varia de 1 a 4 pontos segundo a escala Likert onde: 1- corresponde a Muito insatisfeito; 2- Insatisfeito; 3- Satisfeito; 4-Muito satisfeito.

Relativamente à determinação da população de pesquisa, representam o agregado de todos os casos que se enquadram num conjunto de especificações previamente estabelecidas. No entanto, a determinação da amostra para este estudo, teve como base os dados de entrada de turistas na cidade da Beira do ano que antecede a realização da pesquisa (2023). Isto deve-se a facto de ainda não existirem dados exatos e publicados sobre o número total de turistas que visitaram a cidade da Beira no período da realização da pesquisa.

Portanto, de acordo com os resultados do inquérito a despesas do turismo, publicado pelo INE em (2023), entraram na cidade da Beira um total 10.758 turistas. Para o presente estudo a tipologia de amostragem é por acessibilidade e conveniência que, de acordo com Prondanov, C. &. Freitas, C, E. (2013), os

pesquisadores selecionaram os elementos a que tem acesso, admitindo que esses possam, de alguma forma, representar o universo. Neste contexto, foram distribuídos e preenchidos um total de 41 questionários válidos em diferentes pontos considerados de maior concentração de turistas na cidade Beira.

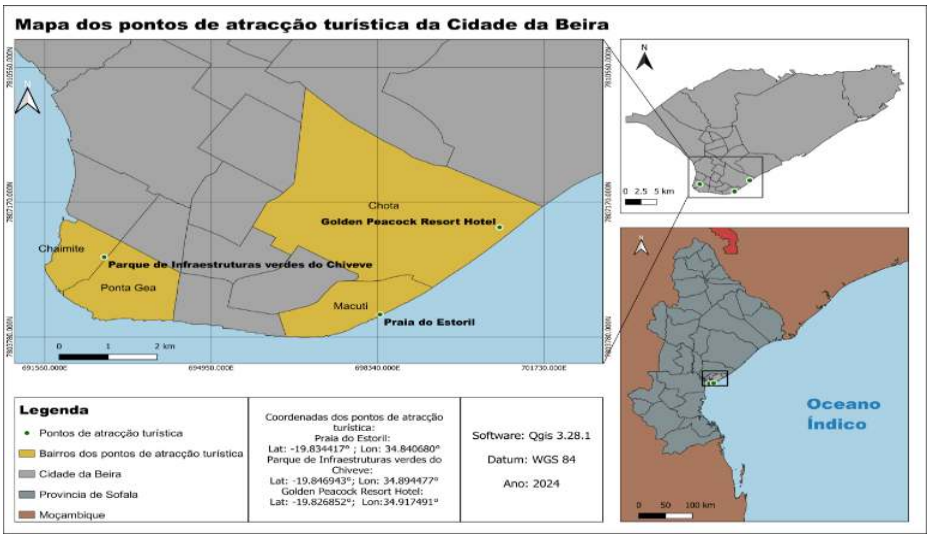
O questionário foi elaborado em dois idiomas, português e inglês. Este mesmo questionário, estava estruturado em duas secções, sendo a primeira para determinar o perfil dos turistas e, a segunda para medir o seu grau de satisfação em relação aos serviços turísticos. No que diz respeito à análise de dados, a pesquisa utilizou a ferramenta informática Microsoft Excel versão 10, com objetivo de organizar as informações para criar uma base de dados e posteriormente proceder a análise estatística em frequência e percentagem.

Os fatores que influenciar na satisfação dos turistas foram identificados aplicando a análise fatorial e o modelo de equações estruturais múltiplas. Considerando que estes modelos lidam com correlações e regressões lineares das variáveis, há uma necessidade de avaliar se essas relações são significantes ou não. Para o efeito, a pesquisa utilizou a ferramenta SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para determinar as correlações entre variáveis.

Resultados e discussão

Ha vários pontos considerados de atracão turística na cidade da Beira. Todavia, para o presente estudo, os pontos turísticos apresentados no mapa (mapa 2), são considerados como ponto de atração turísticos encontrados na cidade da Beira. Separadamente, cada um oferece uma gama de produtos e serviços turísticos como serão descritos a seguir.

Mapa 2. Pontos de atracão turística na cidade da Beira



Fonte: Os autores (2024)

Perfil dos turistas

A análise dos dados obtidos a partir da pesquisa aplicada, mostrou o perfil dos turistas como o país de origem, género, idade, motivação da viagem e o tempo de permanência no destino. Sobre o país de origem dos turistas, os dados indicaram que, o total de 41 turistas inqueridos, a maioria é proveniente do Brasil (29%), seguido dos Estados Unidos de América (24%), Portugal (20%), África do Sul emitiu uma cifra de 15% e, 7% eram turistas do Zimbabué e 5% foram turísticas moçambicanos (vide tabela 1).

Tabela 1: País de origem dos turistas

Ordem	País de origem	Freq.	(%)
1	Brasil	12	29
2	EUA	10	24
3	Portugal	8	20
4	África do Sul	6	15
5	Zimbabué	3	7
6	Moçambique	2	5
Total			41 (100%)

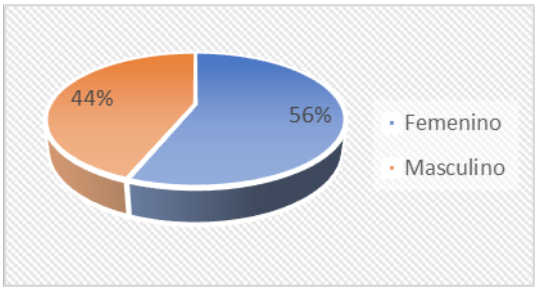
Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Relativamente a proveniência, os resultados mostram o Brasil lidera a lista com 29%, seguido dos Estados Unidos de América (24%), Portugal (20%), os demais (6 =15%) são da África do Sul (15%), Zimbabué (7%) e, 5% de Moçambique.

Género dos turistas

No que diz respeito ao perfil género, os resultados do questionado demonstraram que 56% dos turistas eram do sexo feminino e 44% do de sexo masculino, mostrando uma certa predominância de um gênero em relação ao outro (vide gráfico 1):

Gráfico 1. Género dos turistas

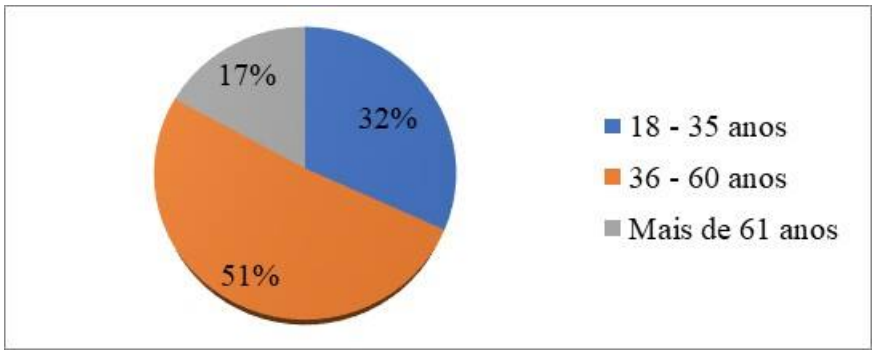


Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Idade dos turistas

Quanto a idade dos turistas, constatou-se uma certa variabilidade neste perfil, onde as idades compreenderam entre 36 a 60 anos (51%), 18 a 35 anos (32%), e os que possuem mais de 61 anos, representa 17%. A faixa etária dos 36-60 é a que demonstra maior percentagem (vide gráfico 2).

Figura 2: Idade dos turistas

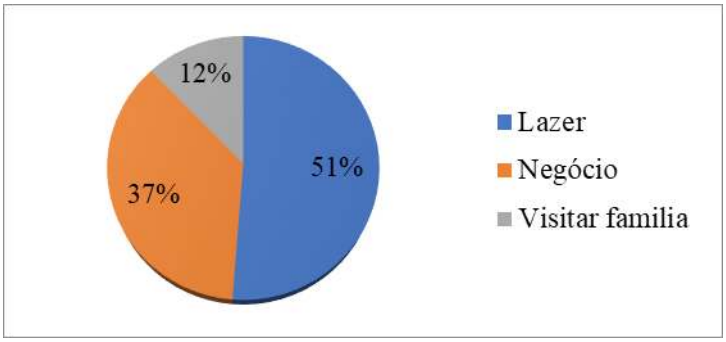


Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Motivação dos turistas na sua visita a cidade da Beira

Os resultados da presente pesquisa, indicam que o que move os turistas a visitarem a cidade da Beira tem que ver com férias (51%), 37% viagem de negócios e 12% visitas a familiares, conforme o ilustra a figura 3.

Figura 3: Principais motivos das viagens à cidade da Beira.

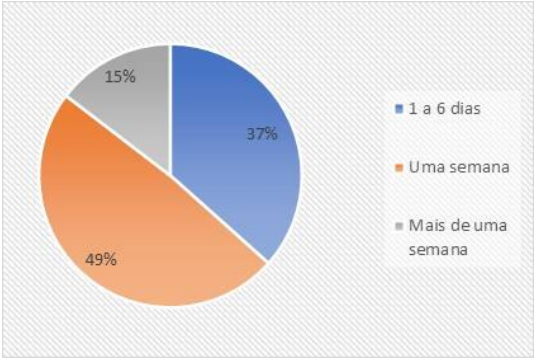


Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Período de permanência dos turistas na cidade da Beira

De acordo com resultados dos inquéritos, 49% dos turistas permaneceram na cidade da Beira por um período de uma semana (7 dias), 37% por menos de uma semana e 15% por mais de uma semana (vide figura 4). O tempo de estadia no destino turístico representa um dos principais pressupostos para que uma pessoa que viaja para fora de sua residência habitual independentemente de suas motivações no destino escolhido seja considerada turista segundo o conceito apresentado pela organização mundial do turismo.

Figura 4: Tempo de permanência dos turistas na cidade da Beira.



Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Nível de satisfação dos turistas pelos serviços turísticos

A satisfação dos turistas em relação aos serviços turísticos ofertados na cidade da Beira foi avaliada com base em quatro dimensões, designadamente: i) imagem do destino turístico; ii) qualidade dos serviços turísticos; iii) custo e, iv) segurança no destino turístico. Em seguida, a respostas foram submetidas a análise utilizando a estatística descritiva de modo a obter a frequência e percentagem para cada variável avaliada.

Em relação a primeira dimensão da análise, os resultados (tabela 2) mostraram que 57% dos turistas ficaram muito satisfeitos com o acolhimento (recepção) dado aos turistas. o empenho da comunidade local em fornecer ajuda aos turistas), sendo está a maior percentagem de satisfação avaliada nesta dimensão. As variáveis higiene e limpeza, condições para a prática do turismo e desfrutar de lazer, tiveram um desempenho de muito insatisfeito (44%) e, insatisfeito (32%), respectivamente.

Tabela 2: Níveis de satisfação com a imagem do destino turístico

Variáveis	Muito insatisfeito Fr (%)	Insatisfeito Fr (%)	Satisfeito Fr (%)	Muito satisfeito Fr (%)
Higiene e limpeza nos locais de lazer visitados	2 (5)	13 (32)	5 (13)	3 (7)
Cidade com condições para praticar turismo e desfrutar do lazer	18 (44)	18 (44)	10 (24)	8 (20)
Empenho da comunidade local em fornecer ajuda aos turistas	0 (0)	7 (17)	11 (27)	23 (57)

Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Sobre a segunda dimensão de análise (qualidade dos serviços turísticos), os dados contidos na tabela 3, evidenciam que os turistas ficaram satisfeitos com a culinária diversificada (80%) com avaliação muito satisfeito, seguida da predisposição dos, em atender as demandas dos turistas (68%) com índice satisfeito, e o interesse dos empregados em oferecer ajuda aos turistas (56%), com avaliação de muito satisfeito. No entanto, no quesito qualidade de transporte, os destinos turísticos

foram avaliados como muito insatisfatória (44%) e qualidade das instalações físicas, foi avaliada por insatisfeitos (51%).

Tabela 3: Sobre a satisfação com a qualidade dos serviços

Variáveis	Muito insatisfeito Fr (%)	Insatisfeito Fr (%)	Satisfeito Fr (%)	Muito satisfeito Fr (%)
Interesse dos empregados em oferecer ajuda aos turistas	3 (8)	10 (24)	5 (12)	23 (56)
Características das instalações físicas (tipo dos estabelecimentos turísticos)	2 (5)	21 (51)	5 (12)	13 (32)
Qualidade das infraestruturas turísticas	2 (5)	21 (51)	5 (12)	13 (32)
Amabilidade dos prestadores de serviço no exercício da sua função	4 (10)	5 (12)	26 (63)	6 (15)
Culinária diversificada	0 (0)	1 (2)	7 (17)	33 (80)
Higiene e limpeza nos hotéis, pensões, restaurantes	1 (2)	7 (17)	12 (29)	21(51)
Disposição dos prestadores de serviços turísticos em resolver os problemas dos turistas	4 (10)	3 (7)	28 (68)	6 (15)
Qualidade dos transportes públicos de passageiros	18 (44)	6 (15)	13 (32)	4 (10)
Tempo de espera no atendimento dos pedidos em hotéis, pensões e restaurantes	10 (24)	17 (41)	8 (19)	6 (14)

Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

No que diz respeito a dimensão custo (terceira categoria, desta análise), constatou-se que, dos inqueridos, 71% referiram que ficaram muito satisfeitos com relação a variável preço/qualidade dos serviços turísticos e17% ficou muito insatisfeito (vide tabela 4).

Tabela 4: Níveis de satisfação em relação ao custo dos serviços

Variável	Muito insatisfeito Fr (%)	Insatisfeito Fr (%)	Satisfeito Fr (%)	Muito satisfeito Fr (%)
Relação preço/qualidade dos serviços turísticos	7 (17)	0 (0)	5 (12)	29 (71)

Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Sobre a última dimensão de análise desta pesquisa, os resultados dos inquéritos apontam que 46% dos turistas ficaram insatisfeitos, e 26,8%, ficaram satisfeito. Há que ressaltar que, existem aspectos a serem melhorados relativamente a questão da proteção dos turistas tanto nos empreendimentos turísticos quanto nos pontos de atracão turística ou de lazer identificados na presente pesquisa.

Tabela 5: Satisfação dos turistas com relação a segurança

Variável	Muito insatisfeito Fr (%)	Insatisfeito Fr (%)	Satisfeito Fr (%)	Muito satisfeito Fr (%)
Presença de polícia na via públicas e pessoal de segurança nos pontos de atracão turística	4 (10)	19 (4)	11 (27)	7 (17)

Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Entendendo a satisfação geral dos turistas em relação ao país de origem

Uma observação atenta a tabela 6, nota-se que satisfação geral dos turistas com o destino turísticos (cidade da Beira), varia de acordo com o país emissor, onde a maior média de satisfação geral de turistas eram provenientes do Brasil (3,25) enquanto os turistas oriundos dos Estados Unidos da América, ficaram muitos insatisfeitos com a visita à cidade da Beira.

Tabela 6: Vista geral satisfação dos turistas em relação ao país de origem

Satisfação geral		País de origem					
		Brasil	**Zimbabwe**	**Moçambique**	**Portugal**	**EUA**	**A. Sul**
Muito insatisfeito	Nº de turistas	5	8	4	10	8	6
	% na satisfação	12	20	10	24	20	15
	Média	1.25	2	1	2.5	2	1.5
Insatisfeito	Nº de turistas	10	2	5	8	11	5
	% na satisfação	24	5	12	20	27	12
	Média	2.5	0.5	1.25	2	2.75	1.25
Satisfeito	Nº de turistas	11	7	3	5	9	6
	% na satisfação	27	17	7	12	22	15
	Média	2.75	1.75	0.75	1.25	2.25	1.5
Muito satisfeito	Nº de turistas	13	2	3	9	9	5
	% na satisfação	32	5	7	22	22	12
	Média	3.25	0.5	0.75	2.25	2.25	3

Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

Fatores influenciam a satisfação dos turistas pelos serviços turísticos

Os fatores influenciadores da satisfação dos turistas foram identificados utilizando a análise fatorial e equações estruturais múltiplas. O teste de adequabilidade para o presente estudo apresenta valores maioritariamente considerado adequado (KMO <06). Neste contexto, foram identificados quatro fatores, a destacar: 1 - culinária diversificada, 2- a relação preço/qualidade dos serviços turísticos, 3 - higiene e saneamento nos hotéis, pensões, restaurantes praias e praças públicas, 4 - características das instalações físicas (tipo dos estabelecimentos turísticos).

Neste caso os resultados da análise das equações estruturais múltiplas (tabela 7), indicam que a (culinária diversificada com Sign-0,804), tem influência sobre a satisfação dos turistas, ou seja, a familiaridade dos turistas com a cidade da Beira está correlacionada a gastronomia local. No entanto, a relação preço/qualidade dos serviços turísticos, (Sign- 0,707), tem uma influência significativa na satisfação dos turistas.

Tabela 7: Resultados das análises de equações estruturais múltiplas

Variables	Value	Asymp.Sig.
Culinária diversificada	.80	0,804**
Características das instalações físicas (tipo dos estabelecimentos turísticos)	.51	0,634
Relação preço/qualidade	.70	0,707**
Higiene e Saneamento nos Hotéis, Pensões, restaurantes praias e praça públicas	.68	0,682*

Fonte: Autores com base nos resultados do questionário (2024)

* Estatisticamente significativo para um nível de significância de 95%;

** Estatisticamente significativo para um nível de significância de 99%

Discussão dos resultados

O turismo, é uma das principais atividades produtivas, sendo um sector chave para a economia da cidade da Beira. Entretanto, esta atividade vem passando por uma série de mudanças devido a saturação de certos mercados como também o surgimento de novos destinos que oferecem uma diversidade de produtos e serviços. Desta forma, após a análise dos dados, concluiu-se que os turistas que visitam a região são maioritariamente provenientes do Brasil e dos Estados Unidos de América, seguido de portugueses e Sul-africanos.

Assim, a cidade da Beira de acordo com os resultados da pesquisa é um destino turístico preferencial destes turistas. Relativamente ao género, a maioria dos turistas são do género feminino. Turistas deste género é mais aventureiro e na sua maioria viajam em busca de experiencias diferentes daquelas que lhes são características no seu local de residência. O lazer representa a principal motivação de turistas deslocarem-se à cidade da Beira. Dos inqueridos, constatou -se que relativamente a idade houve maioritariamente turistas adultos com idades que variam de 36-60 anos.

Percebe que a identificação do perfil dos turistas é de extrema importância principalmente para o processo de segmentação do mercado turístico, pois para além de identificar as características dos turistas como sexo, idade, etnia, também permite avaliar o comportamento de compra, frequência e lealdade. A identificação do perfil dos turistas nesta pesquisa, permitiu conhecer o tipo de turistas que visitam a cidade da Beira. De acordo com o tempo de permanência do turista no destino turístico e a motivação da viagem, eles são alocêntricos a classificação de turistas que estão sempre à procura de novos lugares buscando maior contato com a cultura local, pois buscam conhecer e vivenciar o quotidiano da comunidade visitada. No que concerne ao nível de satisfação dos turistas em relação aos serviços turísticos, a pesquisa atribuiu alguns itens/variáveis de avaliação consoante a dimensão.

Portanto, na dimensão imagem do destino turístico, a variável (empenho da comunidade local em fornecer ajuda aos turistas) obteve uma avaliação muito

satisfatória com 57%. Na dimensão qualidade dos serviços turísticos, a variável (culinária diversificada) obteve uma avaliação muito satisfatória com uma percentagem de 80%. Esses resultados são de suma importância como refere Daio (2017), que'' turistas satisfeitos são a base de qualquer negócio bem-sucedido visto que a sua satisfação os leva a repetir a compra, tornando se fiéis a marca como também recomendam a amigos /familiares".

Isto significa que a satisfação do turista não só garante sua fidelização com o destino, mas também tem um impacto direto na economia local gerando emprego e aumentando receita das empresas locais que fornecem produtos ou serviços turísticos, daí a necessidade da cidade da Beira enquanto destino turístico, invista em melhorias constantes de modo a garantir a satisfação dos seus visitantes.

Na pesquisa sobre satisfação é também imprescindível determinar os fatores que podem influenciar na satisfação dos turistas, visto que estes fatores ajudam a melhorar a imagem do destino turístico e aumenta a competitividade proporcionando uma diversificação na oferta dos produtos ou serviços turísticos (Daio, 2017). Contudo, os resultados da pesquisa indicam que a Culinária diversificada e a relação preço/ qualidade dos serviços turísticos são os fatores que influenciaram a satisfação dos turistas em relação aos serviços turísticos oferecidos na cidade da Beira.

Com base nestes resultados e, partindo do pressuposto de que proporcionar serviços de qualidade ao turista é muito mais do que zelar pelas suas necessidades, mas sim superar suas expectativas, os dados desta pesquisa puderam ajudar a melhorar a qualidade da oferta turística, na segmentação do mercado e nos aspectos relacionados com a imagem da cidade da Beira enquanto destino turístico.

Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo analisar os fatores que podem influenciar a satisfação dos turistas pelos serviços turísticos na cidade da Beira. Portanto, como resposta a pesquisa, os resultados da pesquisa podem-se mostram que as prestações de serviços turísticos de qualidade e que se traduzem na satisfação dos turistas representam uma das formas das empresas deste ramo se diferenciarem no mercado e garantir a fidelização dos turistas.

Com a pesquisa percebeu-se que a gastronomia local, caracterizada pela diversidade da culinária e, os preços pagos pelos serviços representam as variáveis com a melhor pontuação na avaliação (muito satisfeito), seguido da hospitalidade com uma avaliação satisfatória. Por conseguinte, a gastronomia local e a relação/ preço com a qualidade dos serviços foram os fatores que mais influenciaram na satisfação dos turistas. Ao passo que a higiene e limpeza nos pontos turísticos visitados e a segurança, foram as variáveis que mais influenciaram na insatisfação dos turistas.

Contudo, esta pesquisa trouxe uma análise que teve como principal objetivo direcionar e ajudar as empresas do ramo do turismo em estarem sempre mais

atentos nos seus clientes tomando sempre em consideração que pequenos detalhes fazem a diferença, mesmo que as empresas obtenham bons resultados no que tange a satisfação, há sempre uma necessidade de haver melhorias contínuas na oferta de produtos e serviços de qualidade, principalmente em um mercado atual bastante competitivo e dinâmico.

Aos operadores turísticos, recomenda-se desenvolver parcerias entre os alojamentos e guias turísticos de modo a oferecer aos turistas uma experiência e possibilidade de conhecerem os diversos patrimónios locais como por exemplo visitas a igrejas, parques, praias, parques, porto da Beira, entre outros. As autoridades de gestão urbana (Conselho Autárquico da Cidade da Beira), pode desenvolver um estudo completo e detalhado em coordenação com a direção provincial da cultura e turismo da província de Sofala com objetivo de aferir o grau de satisfação dos turistas que visitam a cidade da Beira de modo a identificar os fatores que contribuíram para sua satisfação ou insatisfação e assim, melhorar a qualidade da oferta turística. Ademais, incentiva-se a investir em infraestruturas turísticas, segurança, limpeza e promoção da cidade da Beira enquanto destino turístico.

Bibliografia

ALVES, C. T. *Satisfação do Consumidor.* Lisboa: Escolar Editora, 2003.

BARRETO, M. *Manual de iniciação ao estudo do Turismo*. Campinas, SP: Papirus, 1995.

BISSOLI & MARQUES. *Planeamento turístico municipal com suporte em sistemas de informações.* São Paulo, 1999.

BUTLER & SUNTIKUL. *Tourism and political change, Oxford Good fellow publihers, 2010.*

CARVALHO, L. C. Pereira de V. & MARCO, A. S. *Introdução à economia do turismo. São Paulo: Saraiva*, 2006.

CORRÊA, Henrique L. *Gestão de serviços: Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes*. Henrique L. Corrêa; Mauro Caon. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

COSTA, J. M. *Estrutura do mercado turístico. 2ª ed. Actualizada.* São Paulo, 1996..

COOPER, C. Fletcher, J. WANHILL, S. Gilbert, D., & SHEPERD, R. Turismo: *Princípios e prática.* 2° ed. Porto Alegre, 2001.

CRONIN, J., Taylor, S. *Servperf versus Servqual: Reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality*. Journal of Marketing, v. 58, n. 1, p.125-31, 1994.

DAIO, N. L S. *Satisfação e lealdade do turista: Estudo de caso: São Tomé e Príncipe*. Dissertação (Mestre em Estatística e Gestão de Informação) – Especialização em análise e gestão de informação, Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa, 2017.

DI SERIO, Luiz Carlos; Maia, Marta De Campos; Pereira, Susana Carla Farias. *Virtualização do produto turístico: um estudo de caso*. São Paulo, 2004.

ECHTNER, C. M. & RITCHIE, J. R. B. *The meaning and measurement of destination image.* The Journalof Tourism Studies, (2), p. 2 – 12, 19991.

FITZSIMMONS, J. A. FITZSIMMONS, M. *Administração de Serviços***:** Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação. 2. ed. Porto Alegre, 2000

O. Liu, B. S.; SUDHARSHAN, D. *The relationship between culture and service quality perceptions*: Basis for cross-cultural market segmentation and resource allocation. Journal of Service Research**,** v. 2, n. 4, p. 355-371, 2000.

GIL, António Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 5.ed. São Paulo, 2003.

HAMEL, G. *A obrigação*. HSM Management 31 março-abril, 2002**.**

HUNT, R. *The relationship of customer satisfaction, customer loyalty, profitability: An empirical study.* International Journalof Service Industry Management, 7 (4), p. 459), 1977.

HAYES, B. E. *Medindo a Satisfação do Cliente.* Rio de Janeiro: Qualilitymark, 2001

KOTLER, P. *Marqueting essencial: conceitos, estratégias e casos. São Paulo*: Prentice Hall, 2005.

INE. *Estatistica do turismo*. Boletim de notícias sobre o turismo 2023, 1 ed.

LAKATOS. E.M. & MARCONI. M.A. Metodologia do trabalho científico. 4a Edição. Editora Atlas. São Paulo, 2003.

LAUDON, K. C; LAUDON, J.P. *Sistemas de informação com internet.* 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LEIPER, N. *Partial industrialization of tourism systems.* Annals of tourism research, 1999.

LORGE, S. *Mais clientes as novas lições*. HSM Management, 16 de setembro-outubro 1999.

MALHAIEIE, J. V. *Avaliação do grau de satisfação dos turistas em torno das actividades de mergulho na praia do Tofo. Inhambane. Monografia científica para obtenção do grau de licenciatura.* Escola superior de hotelaria e turismo de Inhambane, Inhambane, 2022.

MENDES G.H.S; TOLEDO, J.C. *Qualidade em serviços: o papel da função de desenvolvimento de novos serviços.* XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção Curitiba – PR, 2002.

MENDES, Filho, L.A.M; RAMOS, A S.M. *Panorama e Impactos Decorrentes Da Utilização Da Internet Na Hotelaria: Estudo De Múltiplos Casos Em Hotéis De Natal*-Rn. XXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção Salvador – BA, 2001.

MOTA, K. C. *Marketing turístico: Promovendo uma actividade Sazonal*. Atlas, São Paulo, 2001.

MOLETTA, V. *Qualidade no atendimento turístico:* Programa SEBRAE de turismo. Porto Alegre, 2003.

OLIVER, R. L. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer.* New York: M.E Sharpe, 1997.

OMT. *Introdução ao turismo* 3ªed. Roca. São Paulo., 2003.

PALADINI, Edson P. *Gestão da Qualidade: teoria e prática*. São Paulo: Atlas,2000.

PARATUR. Plano de Desenvolvimento Turístico do Estado do Pará. Governo do Estado do Pará. Disponível em www.paratur.pa.gov.br. Acesso em 14 de junho de 2023.

PARASURAMAN & ZEITHAML, 1985. (*A conceptual model of service quality and its implication for future research).* Journal of Marketing, v. 49, p. 41-50.

PRONDANOV, C. &. FREITAS, C, E. *Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico,* 2013.

REICHHELD, F. & TEAL, T. *The loyalty effect. Boston: Harvard Business Scholl Press,* 1997.

PRONDANOV, Freitas. *Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico* Schiffman, Leon G. *Comportamento do consumidor*. 9ª ed. - Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SOLOMON, M. *O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. 5ª edição. 2ª ed.* Porto Alegre, 2008.

Analysis Of the factors of satisfaction with tourist services: study with tourists in the city of Beira

This research addresses the factors of satisfaction with tourist services. It aims to analyze the factors that can influence the satisfaction of tourists with tourist services. In this context, quantitative research was applied from the case study carried out in the city of Beira that took place from March to May 2024. From the field research and the analyses made, the results show that the profile of tourists who visited the city of Beira was predominantly female, adults and visited this city for reasons mostly related to vacation/leisure. Regarding the satisfaction factors, the results show that the diversified cuisine and the price for tourist services are the ones that most influenced the satisfaction of tourists.

KEYWORDS: Tourist services; Tourist; Satisfaction factors.

Análisis de los factores de satisfacción con los servicios turísticos: estudio con turistas en la ciudad de Beira

Esta investigación aborda los factores de satisfacción con los servicios turísticos. Su objetivo es analizar los factores que pueden influir en la satisfacción de los turistas con los servicios turísticos. En este contexto, se aplicó una investigación cuantitativa a partir del estudio de caso realizado en la ciudad de Beira que se llevó a cabo de marzo a mayo de 2024. A partir de la investigación de campo y de los análisis realizados, los resultados muestran que el perfil de los turistas que visitaron la ciudad de Beira fue predominantemente femenino, adulto y visitó esta ciudad por razones principalmente relacionadas con las vacaciones/ocio. En cuanto a los factores de satisfacción, los resultados muestran que la diversificación gastronómica y el precio de los servicios turísticos son los que más influyeron en la satisfacción de los turistas.

PALABRAS CLAVE: Servicios turísticos; Turista; Factores de satisfacción.

Artigo recebido em outubro de 2025. Aprovado em dezembro de 2025.