

## O GRAU DE SATISFAÇÃO DOS TURISTAS QUE VISITAM ESTABELECIMENTOS DE TURISMO RURAL NOS AÇORES

### SATISFACTION OF TOURISTS IN AZORES RURAL TOURISM

**Elizabete Cabral Pacheco**

Aluna de Mestrado e Directora Financeira de uma empresa, Economia e Gestão, Universidade dos Açores

[elizabete\\_pacheco20@hotmail.com](mailto:elizabete_pacheco20@hotmail.com)

**Francisco José Ferreira Silva**

PhD, Professor Auxiliar, Economia e Gestão, Universidade dos Açores

[fsilva@uac.pt](mailto:fsilva@uac.pt)

**Ana Isabel Damião de Serpa Arruda Moniz**

PhD, Professora Auxiliar, Departamento de Economia e Gestão, Universidade dos Açores

[amoniz@uac.pt](mailto:amoniz@uac.pt)

### RESUMO

Medir a satisfação dos turistas, que ficam hospedados em unidades de turismo em espaço rural (TER), assume um importante papel na gestão do serviço e no conseqüente sucesso das empresas que se dedicam a esta actividade. Atendendo à relevância deste tema para os proprietários e gestores dos estabelecimentos, bem como para todos os agentes ligados ao sector (governo, agências de viagem, *marketers*), pretende-se fornecer algumas pistas para uma melhor gestão da qualidade do serviço prestado.

Procedeu-se a uma análise dos conceitos Motivação, Performance, Importância e Satisfação para deste modo se determinar a dinâmica em torno desta temática, e assim desenhar o respectivo quadro conceptual.

Os dados recolhidos, através de questionário, aos turistas que procuraram unidades de TER na região Açores, durante o segundo semestre de 2009, foram analisados tendo por base os instrumentos que a revisão da literatura indicou serem os mais apropriados (SERVQUAL, ANOVA, Análise de Regressão Múltipla).

O estudo realizado revelou que, em geral, os turistas estão satisfeitos com o serviço prestado pelos estabelecimentos, colocando todavia algumas reticências no que se refere a alguns aspectos ligados ao destino, tais como a acessibilidade à região, o nível de preços, a sinalética e a informação turística acerca da ilha.

### PALAVRAS-CHAVE

Satisfação, Performance, Importância, Motivação, Turismo Rural.

**ABSTRACT**

Measuring the satisfaction of tourists who are staying in tourist facilities in rural areas plays an important role in the management of the service and the consequent success of companies that engage in this activity. Given the importance of this matter for the owners and managers of establishments and for those involved with the sector (government, travel agencies, marketers), we intend to provide some clues to a better service quality management.

We proceeded to an analysis of concepts Motivation, Performance, Importance and Satisfaction in order to determine the dynamic of those issues and draw the conceptual framework. The data collected by questionnaire, which sought to tourists in tourist facilities at rural areas in the Azores region during the second half of 2009, were analyzed based on the instruments that the review of the literature indicated as the most appropriate (SERVQUAL, ANOVA, analysis Multiple Regression).

The study revealed that in general tourists are satisfied with the service provided by facilities, but some doubts arise with regard to some aspects related to the destination, such as the accessibility to the region, the price level, the signage and the tourism information on the island.

**KEYWORDS**

Satisfaction, Performance, Importance, Motivation, Rural Tourism.

**1. OBJECTIVOS**

A complexidade que caracteriza o mundo actual e a intensificação do grau de globalização lançam novos desafios à economia em geral. Nos negócios, para que se alcance uma verdadeira vantagem competitiva, torna-se crucial apostar na diferenciação e na promoção da qualidade dos serviços, indo de encontro às expectativas dos consumidores.

Com o reconhecimento da importância em desenvolver as áreas rurais, atribuiu-se ao turismo a função de revitalizar estas zonas. De facto, nos últimos anos, a sociedade rural é considerada um elemento que deve ser preservado em favor da sociedade global, pois estas possuem inúmeras oportunidades que devem ser exploradas. A par da conservação das tradições culturais e da preservação do ambiente, é nos meios rurais que se concentra o mais importante sector produtivo de uma economia, a agricultura. Nesta base começou a desenvolver-se, preponderantemente, o Turismo em Espaço Rural (TER) que, nos últimos tempos, tem registado um aumento considerável da competitividade. Por este facto, tornou-se necessário avaliar o modo como o turista contempla os serviços prestados pelos estabelecimentos turísticos, medido pelo seu grau de satisfação (Eraqui, 2006; Meng, Tepanon e Uysal, 2008).

A presente investigação debruça-se sobre a análise do TER, apresentando, em termos conceptuais e operacionais, todas as variáveis que interagem com o conceito de Satisfação, para o caso concreto dos turistas Açorianos. Nesta base procedeu-se à apresentação das motivações que estão na base da decisão em viajar para se determinar o perfil dos turistas e as suas preferências. Para o efeito recorreu-se a estudos efectuados para determinar os atributos a considerar (Meng, Tepanon e Uysal, 2008; Jang, Morrison e O'Leary, 2002). A relação estabelecida entre a importância e a performance dos atributos, que caracterizam uma região ou um estabelecimento, foi também desenvolvida nesta investigação. Isto permitiu assinalar as inúmeras características que têm vindo a ser avaliadas em estudos desta natureza e

aplica-los à investigação (Enright e Newton, 2004; Crouch e Ritchie, 1999; citados por Meng, Tepanon e Uysal, 2008).

Inovador no universo de estudo e na conjugação da metodologia adoptada e das variáveis consideradas, esta investigação presenteia os empresários do ramo, o governo e a população em geral, com uma série de indicadores capazes de potenciar uma melhoria na qualidade do serviço prestado.

Assim sendo, podem considerar-se como objectivos gerais da investigação, os que a seguir se enumeram:

- a) Examinar o impacto que o TER tem na economia regional;
- b) Testar as percepções dos turistas em relação às características da Região e dos estabelecimentos afectos à actividade do TER nos Açores;
- c) Fornecer pistas para o desenvolvimento de novas estratégias, para fazer face à crescente competitividade do sector.

Atendendo aos objectivos previamente apresentados, foi desenhado o quadro conceptual tendo-se definido como variável dependente a Satisfação Geral do Turista (SAT) e como variáveis independentes a Motivação dos Turistas (MOT), a Importância dos atributos do estabelecimento (IMPE), a Performance dos atributos do estabelecimento (PERE), a Importância dos atributos da Região (IMPR) e a Performance dos atributos da Região (PERR).

## 2. METODOLOGIA

Em termos metodológicos optou-se por recolher os dados junto dos turistas que visitaram os estabelecimentos de turismo rural dos Açores, no segundo semestre de 2009, utilizando, para o efeito, um questionário construído com base no SERVQUAL (Juwaher, 2004; Akama e Kieti, 2003). A recolha efectuada mereceu o devido tratamento estatístico, tendo-se recorrido ao SPSS, versão 15.0 for Windows, e utilizado análises como a Análise Factorial de Componentes Principais, o teste t de comparação de médias, a ANOVA e a Análise de Regressão Múltipla.

## 3. RESULTADOS OBTIDOS

A aplicação destas análises permitiu apurar os atributos a que os turistas conferiam maior importância e satisfação ao nível das motivações para viajar e das características da Região e dos estabelecimentos. Com a aplicação do critério de Kaiser obtiveram-se os factores para cada variável, condição necessária para prosseguir com a verificação do quadro conceptual, previamente definido.

Atendendo ao grau de importância atribuído pelos turistas ao conjunto de motivações apresentadas, foram identificados quatro factores de motivação da visita à Região: “Lazer e Cultura”, “Natureza e Desporto”, “Família/Convívio” e “Divertimento”.

Considerando os atributos da Região foram identificados cinco factores que determinam a escolha do destino por parte dos turistas inquiridos. Tendo por base o grau de importância obtiveram-se os seguintes factores: “Património natural e cultural”, “Qualidade dos Serviços”, “Informação Turística”, “Transportes” e “Clima e acessibilidades”. Atendendo à avaliação feita à viagem obtiveram-se os

factores “Qualidade, Preços e Informação Turística”, “Lazer e Cultura”, “Serviços e Paisagem”, “Clima e Acessibilidades”, “Transportes e Hospitalidade”.

Considerando os atributos dos estabelecimentos, foram identificados três factores que determinam a escolha por um estabelecimento, tendo por base o grau de importância conferido: “Localização e Acessibilidades”, “Características do alojamento” e “Acolhimento”. Para a satisfação foram assinalados quatro factores, tendo por base a avaliação feita pelos turistas à estadia. São eles “Características do alojamento”, “Localização”, “Acessibilidades” e “Hospitalidade”.

As análises de regressão múltipla efectuadas permitiram concluir que o Grau de Satisfação Geral do Turista, quando analisado com base nos factores definidos para a importância dos atributos da Região e do estabelecimento, é fortemente afectado pelos factores “Localização e Acessibilidades”, “Características do Alojamento” e “Acolhimento”. Por outro lado, a análise feita tendo por base os atributos para a performance permitiu detectar quatro factores que exercem um impacto considerável sobre o Grau de Satisfação Geral do Turista: “Património natural e cultural”, “Transportes”, “Características do alojamento” e “Hospitalidade”.

#### 4. CONCLUSÕES

A título de conclusão, o estudo revelou que o turismo de natureza assume na Região Açores um importante motor de desenvolvimento das comunidades rurais, daí que o seu dinamismo tenha despoletado o aparecimento de muitas unidades de TER. Por outro lado, ficou igualmente explícito que, em geral, os turistas estão satisfeitos com o serviço prestado pelos estabelecimentos colocando, todavia, algumas reticências no que se refere a alguns aspectos ligados ao destino, tais como a acessibilidade à região, o nível de preços, a sinalética e a informação turística acerca da ilha. Muito embora a avaliação dos turistas se tenha revelado positiva torna-se imperioso melhorar o serviço prestado, começando por reformular os meios de promoção do destino Açores através da internet. Esta deve ser uma acção conjunta dos proprietários dos estabelecimentos, dos *marketers*, dos agentes ligados ao turismo e do Governo Regional. A par disto devem todos os *stakeholder* ter a preocupação em melhorar a qualidade do serviço oferecido apostando na formação contínua dos profissionais do sector e na promoção de acções de sensibilização, junto da população, para a importância da hospitalidade: sensibilizar para melhor acolher o turista.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AKAMA, J. S., AND KIETI, D. M. (2003), “Measuring tourism satisfaction with Kenya’s wildlife safari: a case study of Tsavo National Park”, *Tourism Management*, 24 (1), 73-81.
- ERAQUI, M. I. (2006), “Tourism services quality (TourServQual) in Egypt. The viewpoints of external and internal customers”, *Benchmarking: An International Journal*, 13 (4), 469-492.
- JANG, S. C., MORRISON, A. M., AND O’ LEARY, J. T. (2002), “Benefit segmentation of Japanese pleasure travelers to the USA and Canada: selecting target markets based on the profitability and risk of individual market segments”, *Tourism Management*, 23 (4), 367-378.
- JUWAHEER, T. D. (2004), “Exploring international tourists’ perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach – a case study of Mauritius”, *Managing Service Quality*, 14 (5), 350-364.
- MENG, F., TEPANON, Y., UYSAL, M. (2008), “Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: the case of a nature-based resort”, *Journal of Vacation Marketing*, 14 (1), 41-56.