

ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NO TURISMO DE NATUREZA: UM ESTUDO NA SERRA DA CANASTRA SOBRE EXPECTATIVA E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS

**ANALYSIS OF CUSTOMER EXPERIENCE IN NATURE TOURISM: A STUDY IN
SERRA DA CANASTRA ON SERVICE EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS**

Ciências Sociais Aplicadas • 13/10/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/791863861](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/791863861)

Fernanda Gomes da Silva¹

Hugo Marques da Silva²

James Fernandes Raphanhin³

RESUMO

Este estudo teve como objetivo analisar a experiência do cliente no turismo de natureza na Serra da Canastra, com foco na relação entre expectativa e percepção dos serviços turísticos no município de São João Batista do Glória - MG. A pesquisa caracteriza-se como quantitativa, de natureza exploratória e descritiva, com coleta de dados realizada por meio da aplicação presencial de questionários estruturados junto a 65 turistas, entre os dias 12 de abril e 24 de maio de 2026. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, utilizando a comparação entre as expectativas dos visitantes e a experiência efetivamente vivenciada. As respostas abertas apresentaram comentários relacionados aos atrativos naturais da região, especialmente às paisagens, cachoeiras e ao contato com a natureza. Por outro lado, aspectos relacionados à organização dos serviços, à segurança e à experiência geral apresentaram oportunidades de melhoria na comparação entre expectativa e experiência. A aplicação da ferramenta QFD permitiu relacionar as necessidades identificadas pelos turistas às características técnicas analisadas e estabelecer prioridades relativas de melhoria, destacando-se infraestrutura e segurança, ambas com 18,8%, seguidas por padronização dos serviços, com 17,1%, e capacitação profissional, com 16,6%. Conclui-se que a análise da relação entre expectativa e experiência, associada à aplicação do QFD, pode apoiar a identificação e priorização de aspectos relacionados à qualidade dos serviços turísticos.

Palavras-chave: Experiência do cliente; Turismo de natureza; Qualidade de serviços; Satisfação; QFD.

ABSTRACT

This study aimed to analyze customer experience in nature tourism in Serra da Canastra, focusing on the relationship between

expectations and perceptions of tourism services in São João Batista do Glória, Minas Gerais, Brazil. The research was quantitative, exploratory, and descriptive, with data collected through in-person structured questionnaires administered to 65 tourists between April 12 and May 24, 2026. The data were analyzed using descriptive statistics by comparing visitors' expectations with their actual experience. Open-ended responses included comments about the region's natural attractions, especially landscapes, waterfalls, and contact with nature. On the other hand, service organization, safety, and overall experience presented opportunities for improvement when expectations and experience were compared. The application of Quality Function Deployment (Qfd) made it possible to relate the needs identified by tourists to the technical characteristics analyzed and to establish relative improvement priorities. Infrastructure and safety stood out, both at 18.8%, followed by service standardization at 17.1% and professional training at 16.6%. It is concluded that analyzing the relationship between expectations and experience, together with QFD, can support the identification and prioritization of aspects related to the quality of tourism services.

Keywords: Customer experience; Nature tourism; Service quality; Satisfaction; QFD.

1. INTRODUÇÃO

O turismo de natureza tem se consolidado como um dos segmentos mais relevantes do setor de serviços, especialmente em regiões com elevado potencial ambiental, como a Serra da Canastra, em Minas Gerais. Sob essa perspectiva, o turismo não se limita à oferta de serviços, mas envolve a construção de experiências, nas quais a percepção do cliente constitui um elemento relevante para a avaliação da experiência turística. O município de São João Batista

do Glória – MG destaca-se como uma das principais portas de acesso à Serra da Canastra, recebendo turistas em busca de experiências relacionadas ao contato com a natureza, como trilhas, cachoeiras e atividades de ecoturismo. Apesar do potencial turístico da região, observa-se que muitos serviços ainda são ofertados de forma pouco padronizada, principalmente no que se refere ao atendimento, organização e infraestrutura. Essa falta de padronização pode estar relacionada a diferenças entre a expectativa do turista e a percepção do serviço vivenciado na prática. Embora existam estudos que abordem a qualidade dos serviços turísticos e a satisfação dos visitantes, ainda são limitadas as pesquisas voltadas à análise da relação entre expectativa e percepção dos turistas em destinos de turismo de natureza localizados em municípios de pequeno porte. Além disso, observa-se escassez de estudos que utilizem ferramentas de gestão da qualidade, como o Quality Function Deployment (Qfd), para transformar as necessidades dos visitantes em ações práticas de melhoria dos serviços turísticos. Nesse contexto, o presente estudo busca contribuir para a literatura ao analisar a experiência dos turistas na região da Serra da Canastra e propor prioridades de melhoria fundamentadas na percepção dos clientes. Parte-se do pressuposto de que a experiência do cliente ocorre de forma pouco padronizada, impactando negativamente a qualidade percebida dos serviços turísticos. O objetivo geral deste estudo é analisar a experiência do cliente no turismo de natureza em São João Batista do Glória – MG. Como objetivos específicos, busca-se identificar as expectativas dos turistas, analisar a experiência vivenciada e propor melhorias práticas com base na percepção dos clientes, utilizando a ferramenta QFD. Este trabalho justifica-se pela importância de analisar a qualidade dos serviços turísticos locais e identificar aspectos que podem ser considerados em ações de melhoria da experiência dos visitantes. A escolha do

município de São João Batista do Glória – MG justifica-se por sua relevância como um dos principais acessos à Serra da Canastra, oferecendo diversas opções de turismo de natureza, como cachoeiras, trilhas e atividades ao ar livre. Além disso, a cidade conta com serviços de apoio ao turista, como hospedagens, estabelecimentos comerciais e pontos de informação, que compõem o contexto da experiência do visitante.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Turismo de Natureza

O turismo de natureza está relacionado à busca por experiências em contato com o meio ambiente e à valorização dos recursos naturais. Segundo Beni (2001), o turismo deve ser compreendido como um sistema que envolve a interação entre turistas, serviços e destinos. De acordo com Dias (2008), o turismo de natureza está diretamente relacionado à valorização dos recursos naturais, sendo responsável por promover experiências diferenciadas aos visitantes. Além disso, para Swarbrooke (2000), esse segmento atende à crescente demanda por práticas sustentáveis e vivências mais próximas da natureza. Nesse cenário, a região da Serra da Canastra destaca-se como importante destino turístico, especialmente o município de São João Batista do Glória – MG, que atua como porta de entrada para turistas interessados em ecoturismo. No contexto do turismo de natureza, a valorização dos recursos naturais e a busca por experiências diferenciadas constituem elementos relevantes para a atividade turística. Dias (2008) relaciona o turismo de natureza à valorização dos recursos naturais e à oferta de experiências diferenciadas aos visitantes, enquanto Swarbrooke (2000) destaca a relação desse segmento com práticas sustentáveis e com a

aproximação dos turistas com o meio ambiente. Nesse contexto, destinos que apresentam diversidade de atrativos naturais podem oferecer diferentes possibilidades de experiências aos visitantes. Nesse contexto, a qualidade dos serviços oferecidos constitui um aspecto relevante para a experiência dos visitantes, uma vez que o turismo envolve a interação entre turistas, serviços e destino. Conforme Beni (2001), o turismo deve ser compreendido de forma sistêmica, considerando a relação entre seus diferentes componentes. Dessa maneira, a análise da qualidade dos serviços torna-se importante para compreender a experiência dos turistas em destinos de natureza.

2.2. Experiência do Cliente

A experiência do cliente constitui um aspecto relevante para a avaliação da qualidade dos serviços, especialmente no setor turístico, onde a percepção do visitante é influenciada por diferentes elementos ao longo da jornada de consumo. Nesse contexto, a satisfação está relacionada à comparação entre as expectativas formadas antes da experiência e a percepção construída após a utilização do serviço, conforme discutido por Kotler e Keller (2012). Kotler e Keller (2012) afirmam que a satisfação ocorre quando o desempenho percebido atende ou supera as expectativas do cliente. Essa compreensão converge com a visão de Zeithaml, Bitner e Gremler (2014), para os quais a qualidade percebida resulta da comparação entre o serviço esperado e o serviço efetivamente recebido. Na mesma direção, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) defendem que a percepção da qualidade é influenciada pelas diferenças existentes entre expectativa e desempenho, indicando que falhas nesse processo tendem a reduzir os níveis de satisfação dos consumidores. Dessa forma, a literatura apresentada converge

para o entendimento de que a qualidade percebida não depende apenas das características objetivas do serviço, mas também da capacidade de atender às expectativas previamente construídas pelos clientes (Kotler; Keller, 2012; Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014; Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1985). Essa compreensão foi posteriormente sistematizada por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) por meio do modelo SERVQUAL, que propõe que a qualidade percebida resulta da comparação entre o serviço esperado e o serviço efetivamente recebido. Complementando essa discussão, Grönroos (2003) destaca a importância dos chamados “momentos da verdade”, definidos como os instantes em que o cliente interage diretamente com o serviço e forma suas percepções sobre a qualidade oferecida. No turismo, esses momentos podem ocorrer durante o atendimento, na utilização da infraestrutura disponível, na busca por informações ou no contato com os atrativos do destino. No contexto do turismo de natureza, a experiência do visitante não depende exclusivamente dos recursos naturais existentes, mas também dos serviços que acompanham a visita. Kotler e Keller (2012) destacam que a satisfação está relacionada à avaliação do desempenho percebido em comparação com as expectativas do cliente, enquanto Zeithaml, Bitner e Gremler (2014) ressaltam a importância da qualidade percebida na avaliação dos serviços. Dessa forma, aspectos como atendimento, organização, segurança e infraestrutura podem ser considerados componentes relevantes para a avaliação da experiência turística.

2.3. Qualidade e Satisfação

A qualidade dos serviços constitui um aspecto relevante para a satisfação dos consumidores, especialmente em atividades caracterizadas pela interação entre cliente e prestador de serviço,

como ocorre no turismo. Lovelock e Wirtz (2011) destacam que a satisfação está relacionada à capacidade dos serviços de atender às necessidades e expectativas dos clientes. Nesse contexto, a percepção da qualidade também envolve os diferentes elementos presentes durante a realização da experiência. Lovelock e Wirtz (2011) destacam que a satisfação é influenciada pela capacidade dos serviços de atender às necessidades e expectativas dos clientes. Essa perspectiva é complementada por Oliver (1997), que define a satisfação como o resultado de um processo avaliativo no qual o consumidor compara suas expectativas iniciais com a experiência efetivamente vivenciada. Assim, ambos os autores convergem ao reconhecer que a satisfação não depende exclusivamente das características do serviço, mas da percepção construída pelo cliente ao longo da experiência. No contexto turístico, essa relação torna-se ainda mais relevante, pois a experiência do visitante é formada pela interação entre diferentes componentes, como atendimento, segurança, infraestrutura, organização e atrativos disponíveis. Dessa forma, a avaliação desses diferentes componentes pode influenciar a percepção global da experiência, especialmente quando há diferenças entre as expectativas dos turistas e a experiência efetivamente vivenciada. A satisfação também pode estar relacionada aos comportamentos posteriores do consumidor. Oliver (1997) compreende a satisfação como resultado de um processo avaliativo baseado na comparação entre as expectativas iniciais e a experiência efetivamente vivenciada. Nesse sentido, uma avaliação positiva da experiência pode contribuir para uma percepção favorável do serviço, enquanto experiências que não atendem às expectativas podem resultar em avaliações menos positivas. Dessa forma, a busca pela melhoria da qualidade dos serviços mostra-se relevante para a satisfação dos visitantes, especialmente em contextos turísticos nos quais a percepção do cliente é formada pela

comparação entre suas expectativas e a experiência efetivamente vivenciada.

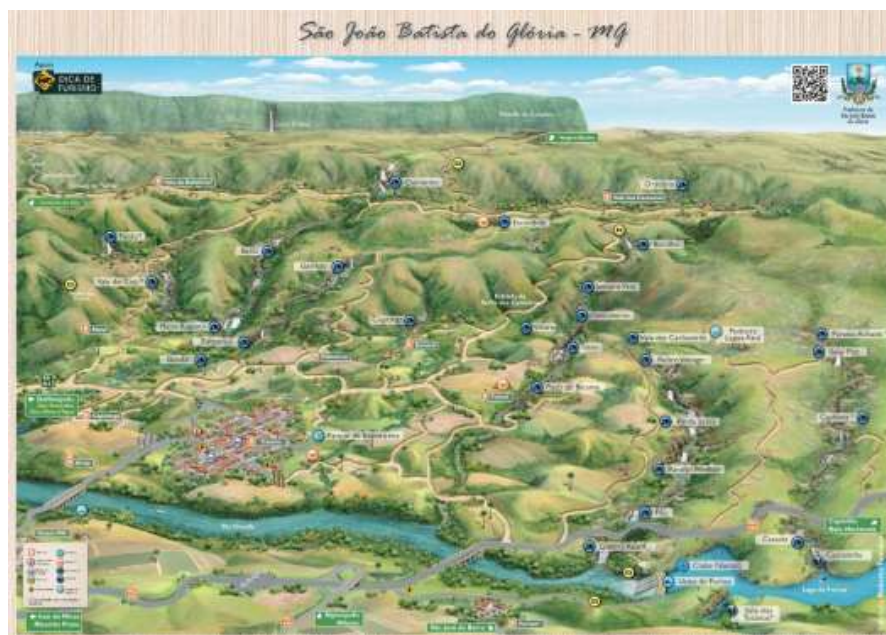
2.4. Qfd

O Quality Function Deployment (Qfd), ou Desdobramento da Função Qualidade, é uma ferramenta de gestão desenvolvida com o objetivo de traduzir as necessidades e expectativas dos clientes em requisitos técnicos que possam orientar melhorias em produtos e serviços. Segundo Akao (1990), o principal propósito do QFD é incorporar a voz do cliente ao processo de planejamento, permitindo que as decisões organizacionais sejam direcionadas para aquilo que realmente gera valor ao consumidor. A aplicação do QFD parte da identificação das necessidades dos clientes, frequentemente denominadas “o que” (WHATs), que posteriormente são relacionadas às características técnicas ou ações de melhoria, denominadas “como” (HOWs). Essa relação é representada por meio da chamada Casa da Qualidade, matriz que permite visualizar o grau de influência de cada ação sobre as necessidades identificadas. De acordo com Cheng e Melo Filho (2007), o QFD auxilia na priorização de melhorias ao transformar informações qualitativas obtidas junto aos clientes em informações gerenciais capazes de orientar a tomada de decisão. Dessa forma, a ferramenta contribui para reduzir falhas, aumentar a qualidade percebida e direcionar investimentos para aspectos considerados mais relevantes pelos consumidores. No setor de serviços, especialmente no turismo, o QFD pode ser utilizado para relacionar as necessidades identificadas pelos clientes às características técnicas ou ações de melhoria. Conforme Akao (1990) e Cheng e Melo Filho (2007), a ferramenta permite incorporar a voz do cliente ao processo de planejamento e estabelecer prioridades a partir das necessidades identificadas. Nesse sentido,

aspectos como atendimento, organização, segurança e infraestrutura podem ser relacionados às ações de melhoria dos serviços turísticos. Além de identificar prioridades, o QFD possibilita relacionar as necessidades dos usuários às características técnicas ou ações de melhoria. Dessa maneira, a ferramenta pode ser utilizada como instrumento de apoio à gestão da qualidade, permitindo organizar e priorizar aspectos considerados relevantes pelos clientes.

2.5. Contexto Local dos Serviços Turísticos em São João Batista do Glória – Mg

Figura 1. Localização de São João Batista do Glória - MG



Fonte: Serra da Canastra (2026).

Conforme apresentado na Figura 1, o município de São João Batista do Glória – MG está localizado em uma região de acesso à Serra da Canastra, apresentando relação com os atrativos naturais que compõem o turismo da região. Nesse contexto, o município constitui um ponto de apoio para visitantes interessados nas atividades de turismo de natureza. O município de São João Batista do Glória

apresenta diversos atrativos naturais relacionados ao turismo de natureza, entre eles cachoeiras, trilhas e paisagens naturais. Esses elementos compõem as possibilidades de experiências oferecidas aos visitantes na região da Serra da Canastra. Além dos atrativos naturais, o município dispõe de serviços de apoio aos visitantes, incluindo hospedagens, restaurantes e estabelecimentos comerciais. Esses serviços fazem parte da estrutura disponível aos turistas durante sua permanência na região. A região também conta com iniciativas de comunicação voltadas à promoção do turismo, como o Podcast Papo Canastra, que apresenta conteúdos relacionados aos atrativos e às atividades turísticas da região. De acordo com informações apresentadas pelo portal Turismo de Natureza (2026), o município apresenta opções de atividades relacionadas ao turismo de natureza, incluindo visitas a cachoeiras, trilhas ecológicas e experiências voltadas ao ecoturismo. Nesse contexto, a experiência turística em São João Batista do Glória envolve tanto os atrativos naturais quanto os serviços disponíveis aos visitantes, entre eles atendimento, organização, segurança e infraestrutura. Esses aspectos são considerados neste estudo na análise da expectativa e da experiência dos turistas. Assim, o município de São João Batista do Glória apresenta características relacionadas ao turismo de natureza que justificam sua escolha como campo de estudo desta pesquisa, especialmente pela presença de atrativos naturais e de serviços de apoio aos visitantes.

2.6. Importância da Gestão da Qualidade no Turismo

A gestão da qualidade nos serviços turísticos está relacionada à capacidade de compreender e atender às necessidades e expectativas dos visitantes. Lovelock e Wirtz (2011) destacam que a satisfação dos clientes está relacionada à capacidade dos serviços de

atender às suas necessidades e expectativas. Nesse sentido, a qualidade dos serviços constitui um aspecto relevante para a avaliação da experiência turística. No contexto do turismo, a qualidade percebida envolve diferentes elementos presentes durante a experiência do visitante, como atendimento, organização, segurança e infraestrutura. Conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2014), a avaliação da qualidade dos serviços está relacionada à percepção do cliente sobre o serviço recebido. Dessa forma, compreender esses diferentes componentes permite identificar aspectos que atendem às expectativas e aqueles que apresentam necessidade de melhoria. Nesse processo, ferramentas de gestão da qualidade, como o QFD (Quality Function Deployment), podem auxiliar na transformação das necessidades dos clientes em ações de melhoria. Segundo Akao (1990), o QFD busca incorporar a voz do cliente ao planejamento, enquanto Cheng e Melo Filho (2007) destacam sua utilização para transformar informações obtidas junto aos consumidores em informações capazes de orientar decisões gerenciais. Assim, a aplicação do QFD neste estudo possibilita relacionar as necessidades identificadas pelos turistas às ações de melhoria dos serviços turísticos.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como quantitativa, de natureza exploratória e descritiva, tendo como objetivo analisar a experiência dos turistas em relação aos serviços oferecidos na região de São João Batista do Glória – MG, importante acesso à Serra da Canastra. A abordagem quantitativa foi adotada por permitir a mensuração das percepções dos participantes por meio de escalas de avaliação, possibilitando a comparação entre as expectativas dos turistas e a experiência efetivamente vivenciada durante a visita. O caráter

exploratório justifica-se pela busca de maior compreensão sobre a experiência do cliente no turismo de natureza, enquanto a natureza descritiva permite identificar e analisar as percepções dos visitantes em relação aos serviços avaliados. O estudo foi realizado no município de São João Batista do Glória – MG, reconhecido pela oferta de atrativos naturais, como cachoeiras, trilhas e atividades de ecoturismo, que atraem visitantes de diferentes regiões do país.

3.1. Procedimentos de Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada entre os dias 12 de abril e 24 de maio de 2026, por meio da aplicação presencial de questionários estruturados junto a turistas que visitaram a região da Serra da Canastra. A amostra foi composta por 65 participantes, selecionados por conveniência. A aplicação presencial ocorreu por meio do contato direto da pesquisadora com os visitantes durante a visita à região. O instrumento de pesquisa foi dividido em quatro blocos: perfil do respondente, expectativas, experiência vivenciada e percepção/satisfação. Para avaliação dos aspectos relacionados aos serviços turísticos foi utilizada uma escala Likert de cinco pontos, variando de 1 (muito baixa ou muito ruim) a 5 (muito alta ou excelente).

Os participantes avaliaram aspectos relacionados ao atendimento, organização dos serviços, segurança, infraestrutura e experiência geral, permitindo a comparação entre as expectativas anteriores à visita e a experiência efetivamente percebida. O instrumento de pesquisa encontra-se apresentado no Apêndice A.

3.2. Análise dos Dados

Os dados coletados foram organizados em planilhas eletrônicas e analisados por meio de estatística descritiva. Inicialmente, foram calculadas as médias dos aspectos avaliados pelos participantes. Posteriormente, realizou-se a comparação entre as médias de expectativa e experiência, permitindo identificar diferenças entre aquilo que os turistas esperavam encontrar e aquilo que efetivamente perceberam durante a visita. A análise dessas diferenças possibilitou identificar os aspectos que apresentaram resultados superiores ou inferiores às expectativas dos participantes. A combinação da análise de gap com o QFD permitiu avaliar a diferença entre as expectativas e a experiência dos turistas e, posteriormente, relacionar as necessidades identificadas às características técnicas analisadas na matriz. Dessa forma, os procedimentos adotados possibilitaram organizar os resultados e estabelecer prioridades relativas de melhoria por meio da matriz QFD.

4. RESULTADOS

Os dados coletados permitiram identificar diferenças relevantes entre as expectativas dos turistas e a experiência efetivamente vivenciada na região.

Tabela 1. Comparação entre expectativa e experiência dos turistas

Aspecto avaliado	Expectativa (média)	Experiência (média)	Diferença	Gap (%)
Atendimento	4,63	5,00	+0,37	+7,99
Organização dos serviços	3,92	3,54	-0,38	-9,69
Segurança	4,31	3,54	-0,77	-17,87

Infraestrutura	3,00	4,00	+1,00	+33,33
Experiência geral	4,80	4,00	-0,80	-16,67
MÉDIA GERAL	4,13	4,02	-0,11	-2,66

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme apresentado na Tabela 1, observam-se diferenças entre expectativa e experiência nos aspectos avaliados. Enquanto alguns itens apresentaram desempenho superior ao esperado pelos turistas, outros evidenciaram oportunidades de melhoria. Os resultados evidenciaram diferenças entre expectativa e experiência nos aspectos analisados. A média geral da expectativa foi de 4,13, enquanto a média da experiência foi de 4,02, resultando em uma diferença média de -0,11. Observa-se que o atendimento apresentou desempenho superior ao esperado pelos turistas, alcançando média de 5,00 frente a uma expectativa de 4,63. Esse resultado indica uma avaliação positiva do atendimento pelos participantes da pesquisa. A infraestrutura também apresentou avaliação superior à expectativa inicial dos visitantes, com média de 4,00 para a experiência, diante de uma expectativa média de 3,00. Esse resultado corresponde a uma diferença de +1,00 e a um gap positivo de +33,33%, indicando que a avaliação da infraestrutura superou a expectativa dos participantes. Por outro lado, os aspectos relacionados à organização dos serviços, à segurança e à experiência geral apresentaram médias inferiores às expectativas dos turistas, indicando oportunidades de melhoria nesses aspectos da experiência turística. Além dos resultados quantitativos, as respostas abertas apresentaram comentários positivos relacionados aos recursos naturais da região,

especialmente às paisagens, às cachoeiras e ao contato com a natureza. Esses comentários foram considerados de forma qualitativa, sem quantificação das ocorrências, sendo apresentados como síntese dos aspectos mencionados pelos participantes. Esses relatos apresentam aspectos relacionados aos atrativos naturais mencionados pelos participantes, especialmente às paisagens, às cachoeiras e ao contato com a natureza. Como as respostas abertas foram analisadas de forma qualitativa, sem quantificação das ocorrências, os resultados são apresentados como síntese dos aspectos mencionados pelos respondentes.

4.1. Limitações da Pesquisa

A amostra foi composta por 65 participantes, selecionados por conveniência, e os resultados refletem a percepção dos turistas entrevistados em um único destino turístico e em um período específico de coleta. Além disso, a coleta de dados foi realizada por meio de questionários, estando sujeita à percepção subjetiva dos respondentes, o que pode influenciar as respostas obtidas. Destaca-se também que o estudo foi desenvolvido em uma única região turística, o que restringe a aplicação dos resultados a outros destinos com características distintas. Dessa forma, sugere-se que estudos futuros ampliem o número de participantes e explorem diferentes regiões, a fim de aprofundar a análise da experiência do cliente no turismo de natureza.

5. DISCUSSÃO

Os resultados obtidos evidenciam a importância da relação entre expectativa e percepção na construção da experiência turística. Conforme discutido por Kotler e Keller (2012), a satisfação do cliente

está diretamente associada à capacidade dos serviços de atender ou superar as expectativas formadas antes da experiência. Nesse sentido, os resultados indicam que, além dos atrativos naturais, aspectos relacionados aos serviços também fizeram parte da avaliação da experiência pelos participantes. Os resultados da pesquisa demonstraram que, embora a média geral da experiência tenha permanecido próxima da expectativa dos visitantes, alguns aspectos específicos apresentaram diferenças relevantes. Esse resultado indica que os participantes atribuíram avaliações diferentes aos aspectos analisados, evidenciando que a experiência turística foi percebida de maneira distinta entre os componentes avaliados. Entre os aspectos avaliados, o atendimento destacou-se por apresentar desempenho superior à expectativa dos turistas. Conforme destaca Grönroos (2003), os chamados “momentos da verdade” exercem influência significativa sobre a percepção da qualidade, uma vez que representam os momentos de interação direta entre cliente e serviço. Nesse sentido, a qualidade do atendimento observada na região pode ter contribuído para fortalecer a satisfação dos visitantes, mesmo diante de limitações identificadas em outros aspectos da experiência. Por outro lado, os resultados relacionados à organização dos serviços e à segurança apresentaram avaliações inferiores às expectativas dos turistas. Esses resultados indicam que, nesses aspectos, a experiência vivenciada pelos participantes não correspondeu integralmente às expectativas formadas antes da visita. A diferença observada reforça a importância de considerar a organização dos serviços e a segurança na avaliação da qualidade da experiência turística, especialmente por terem apresentado gaps negativos na comparação entre expectativa e experiência. As respostas abertas dos participantes apresentaram comentários positivos relacionados aos recursos naturais da região, especialmente às paisagens, às cachoeiras e ao

contato direto com a natureza. Esses relatos complementam os resultados quantitativos ao apresentar aspectos dos atrativos naturais mencionados pelos participantes em suas respostas abertas. Os comentários apresentados nas respostas abertas dialogam com Dias (2008), que relaciona o turismo de natureza à valorização dos recursos naturais e à busca por experiências diferenciadas. Da mesma forma, Swarbrooke (2000) destaca a busca por vivências autênticas e maior aproximação com o meio ambiente, aspectos relacionados aos comentários apresentados pelos participantes nas respostas abertas. Os resultados indicam que a experiência turística analisada envolve tanto a percepção sobre os recursos naturais quanto a avaliação dos serviços que acompanham a visita. Embora os participantes tenham apresentado comentários positivos relacionados às paisagens, às cachoeiras e ao contato com a natureza, os resultados quantitativos demonstraram que alguns aspectos dos serviços avaliados apresentaram desempenho inferior às expectativas. Dessa forma, os achados reforçam a importância de considerar tanto os atrativos naturais quanto a qualidade dos serviços na análise da experiência turística. Sob essa perspectiva, os resultados apontam aspectos relacionados à qualidade dos serviços turísticos que podem ser considerados na gestão do turismo em São João Batista do Glória. Os gaps negativos identificados na organização dos serviços, na segurança e na experiência geral apontam aspectos que podem ser considerados em futuras ações de melhoria. Nesse sentido, os resultados da pesquisa podem contribuir para a identificação de prioridades relacionadas à qualidade dos serviços e à experiência dos visitantes.

5.1. Aplicação do Qfd na Melhoria dos Serviços Turísticos

Com base nos resultados obtidos na pesquisa, foi utilizada a ferramenta Quality Function Deployment (Qfd) com o objetivo de transformar as necessidades identificadas pelos turistas em ações práticas de melhoria para os serviços turísticos da região. A construção da matriz teve início com a definição das necessidades dos clientes, obtidas a partir da análise dos questionários aplicados aos visitantes. Aspectos relacionados ao atendimento, organização dos serviços, segurança, infraestrutura e qualidade da experiência foram considerados requisitos prioritários, uma vez que influenciam diretamente a percepção dos turistas sobre o destino. Para a construção da matriz QFD, foi atribuída uma pontuação de importância às necessidades identificadas a partir da análise dos questionários, utilizando-se uma escala de 1 a 5. A pontuação foi definida considerando a relevância de cada necessidade para a experiência turística, sendo os valores maiores associados às necessidades consideradas mais relevantes na construção da matriz. As pontuações atribuídas foram: 5 para atendimento eficiente, 4 para organização dos serviços, 5 para segurança nas atividades, 4 para infraestrutura adequada, 4 para boa sinalização e 5 para preservação ambiental. Essa classificação foi utilizada como peso de importância das necessidades na matriz e serviu de base para o cálculo dos pesos das características técnicas. Na sequência, foram definidas as características técnicas ou ações de melhoria capazes de atender às necessidades identificadas, incluindo capacitação profissional, padronização dos serviços, investimentos em infraestrutura, melhoria da sinalização, reforço das práticas de segurança e ações de educação ambiental. Para estabelecer a relação entre as necessidades dos clientes e as ações de melhoria, utilizou-se a escala tradicional do QFD, na qual o valor 9 representa relação forte, o 3 representa relação moderada, o valor 1 representa relação fraca e o valor 0 indica ausência de relação. A atribuição

desses valores foi realizada com base no potencial de cada ação para contribuir com a solução das necessidades apontadas pelos turistas. Os pesos finais das características técnicas foram calculados por meio da multiplicação da importância atribuída a cada necessidade pela intensidade da relação estabelecida na matriz. Posteriormente, os resultados foram somados, permitindo estabelecer a prioridade relativa das características técnicas consideradas na matriz QFD.

Tabela 2. Matriz QFD aplicada aos serviços turísticos

Necessidades	Import.	Capac.	Padron.	Infraest.	Sinaliz.
Atendimento eficiente	5	9	3	1	1
Organização dos serviços	4	3	9	3	3
Segurança	5	1	1	3	1

△ Esta tabela possui muitas colunas e foi cortada para impressão. Para visualizá-la completa, ac <https://revistatopicos.com.br/artigos/analise-da-experiencia-do-cliente-no-turismo-de-natureza-canastra-sobre-expectativa-e-percepcao-dos-servicos?noblockage>

Característica	Peso	Prior.
Capacitação	75	16,6%
Padronização	77	17,1%
Infraestrutura	85	18,8%
Sinalização	67	14,9%

Segurança	85	18,8%
Educação ambiental	62	13,7%
Total	451	100%

Legenda: 9 = forte | 3 = média | 1 = fraca | 0 = inexistente

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os resultados da matriz QFD indicaram que infraestrutura e segurança apresentaram os maiores pesos relativos, ambos correspondentes a 18,8% do total. Esse resultado indica que essas duas características técnicas receberam maior prioridade na relação entre as necessidades identificadas e as ações de melhoria consideradas na matriz. A infraestrutura apresentou avaliação superior à expectativa na análise comparativa, enquanto a segurança apresentou desempenho inferior à expectativa, demonstrando que a priorização no QFD não depende exclusivamente do gap obtido na Tabela 1, mas também das relações estabelecidas entre as necessidades dos turistas e as características técnicas analisadas. Embora a infraestrutura tenha apresentado avaliação superior à expectativa média dos turistas na análise comparativa entre expectativa e experiência, essa característica recebeu peso de 85 na matriz QFD, correspondendo a 18,8% da prioridade total. Sua posição entre as maiores prioridades decorre das relações estabelecidas entre essa característica técnica e as necessidades identificadas na matriz. Em seguida, a padronização dos serviços apresentou peso relativo de 17,1%, enquanto a capacitação profissional correspondeu a 16,6%. A segurança apresentou peso de 18,8%, empatando com a infraestrutura como uma das principais prioridades identificadas pela matriz. Esse resultado apresenta coerência com a análise das expectativas e

experiências dos turistas, uma vez que a segurança apresentou avaliação inferior à expectativa, com gap de - 17,87%, enquanto a organização dos serviços, relacionada à necessidade de padronização, apresentou gap de -9,69%. Dessa forma, observa-se que os resultados da análise quantitativa e as prioridades identificadas pelo QFD apresentam pontos de convergência. A capacitação dos profissionais apresentou peso relativo de 16,6% na matriz QFD, demonstrando que essa característica técnica também foi considerada relevante entre as ações de melhoria. Esse resultado indica que a capacitação profissional foi considerada, dentro da matriz construída, uma das características técnicas a serem consideradas entre as ações de melhoria dos serviços turísticos. A relação entre a prestação dos serviços e a percepção dos clientes também é discutida por Grönroos (2003), que destaca a importância das interações entre clientes e prestadores de serviços na formação da percepção sobre a qualidade. Sob uma perspectiva gerencial, os resultados da matriz podem auxiliar gestores públicos e empreendedores locais na identificação das características técnicas que receberam maior prioridade no modelo construído. Dessa forma, o QFD mostrou-se útil para relacionar as necessidades identificadas pelos turistas às possíveis ações de melhoria dos serviços turísticos, oferecendo uma estrutura para apoiar a definição de prioridades de gestão.

6. CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo analisar a experiência dos turistas no contexto do turismo de natureza em São João Batista do Glória – MG, buscando compreender a relação entre as expectativas dos visitantes e a percepção dos serviços oferecidos durante a experiência turística. Os resultados permitiram identificar que a

experiência dos turistas foi avaliada considerando tanto os atrativos naturais da região quanto os serviços de apoio que compõem a experiência turística. As respostas abertas apresentaram comentários relacionados às paisagens naturais, às cachoeiras e ao contato com a natureza, enquanto os resultados quantitativos permitiram comparar as expectativas dos participantes com a experiência vivenciada. Entre os principais achados da pesquisa, verificou-se que o atendimento apresentou desempenho superior às expectativas dos turistas, enquanto a organização dos serviços, a segurança e a experiência geral apresentaram avaliações inferiores às expectativas. Esses resultados evidenciam aspectos que podem ser considerados em ações de melhoria dos serviços turísticos, especialmente aqueles relacionados à organização, à segurança e aos aspectos operacionais da experiência dos visitantes. A aplicação da ferramenta QFD contribuiu para transformar as necessidades identificadas pelos turistas em prioridades de melhoria, permitindo relacioná-las às características técnicas analisadas na matriz. Os resultados destacaram principalmente infraestrutura e segurança, ambas com 18,8%, seguidas por padronização dos serviços, com 17,1%, e capacitação profissional, com 16,6%. Dessa forma, o QFD mostrou-se útil como instrumento de apoio à identificação e priorização de aspectos relacionados à qualidade dos serviços turísticos. Do ponto de vista teórico, o estudo reforça a importância da relação entre expectativa e percepção discutida na literatura sobre qualidade em serviços. Sob a perspectiva prática, os resultados oferecem informações que podem auxiliar gestores públicos, empreendedores e profissionais do turismo na identificação de estratégias voltadas à satisfação dos visitantes e à melhoria da qualidade dos serviços turísticos da região. Além disso, o estudo apresentou a aplicação do QFD no contexto do turismo de natureza, utilizando a ferramenta para relacionar as necessidades identificadas

pelos visitantes às características técnicas analisadas e estabelecer prioridades relativas na matriz. Como limitação da pesquisa, destaca-se a realização do estudo em um único destino turístico e com uma amostra específica de visitantes. Dessa forma, recomenda-se que pesquisas futuras ampliem o número de participantes, contemplem diferentes períodos do ano e realizem comparações com outros destinos de turismo de natureza, contribuindo para o aprofundamento das discussões sobre experiência do cliente e qualidade dos serviços turísticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKAO, Yoji. Quality Function Deployment: integrating customer requirements into product design. Cambridge: Productivity Press, 1990.

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 5. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

CHENG, Lin Chih; MELO FILHO, Leonel Del Rey de. QFD: desdobramento da função qualidade na gestão de desenvolvimento de produtos. São Paulo: Blucher, 2007.

DIAS, Reinaldo. Turismo sustentável e meio ambiente. São Paulo: Atlas, 2008.

GRÖNROOS, Christian. Marketing: gerenciamento e serviços. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

OLIVER, Richard L. Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer. New York: Mc Graw-Hill, 1997.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, Leonard L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.

SERRA DA CANASTRA. Mapa turístico de São João Batista do Glória. Disponível em: <https://www.gloria.mg.gov.br/turismo-e-lazer>. Acesso em: 25 abr. 2026.

SWARBROOKE, John. Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental. São Paulo: Aleph, 2000.

TURISMO DE NATUREZA. O que fazer em São João Batista do Glória. Disponível em: <https://turismodenatureza.com.br/o-que-fazer-em-sao-joao-batista-do-gloria/>. Acesso em: 25 abr. 2026.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA APLICADO AOS TURISTAS

Este apêndice apresenta o instrumento de coleta de dados utilizado na pesquisa, aplicado junto aos turistas da região da Serra da Canastra.

Título: Experiência do cliente no turismo de natureza na Serra da Canastra

Objetivo: Analisar a relação entre expectativa e percepção dos turistas em São

João Batista do Glória – MG. As respostas são anônimas e utilizadas apenas para fins acadêmicos.

BLOCO 1 – PERFIL DO RESPONDENTE

Idade:

☐ 18–25

☐ 26–35

☐ 36–50

☐ 50+

Cidade/Estado: _____

É sua primeira visita à região?

☐ Sim

☐ Não

BLOCO 2 – EXPECTATIVA

O que motivou sua visita à Serra da Canastra?

☐ Lazer

☐ Contato com a natureza

☐ Indicação de amigos

☐ Redes sociais

☐ Outros: _____

Antes da viagem, qual era sua expectativa em relação aos seguintes aspectos?

(1 = Muito baixa | 5 = Muito alta)

Atendimento

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Organização dos serviços

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Segurança

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Infraestrutura (acesso, sinalização, estrutura local)

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Experiência geral

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

BLOCO 3 – EXPERIÊNCIA VIVENCIADA

Como você avalia sua experiência na prática?

(1 = Muito ruim | 5 = Excelente)

Atendimento recebido

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Organização dos serviços

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Segurança durante a experiência

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Infraestrutura disponível

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Experiência geral

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

BLOCO 4 – PERCEPÇÃO E SATISFAÇÃO

Sua experiência em geral:

☐ Superou as expectativas

☐ Atendeu as expectativas

☐ Ficou abaixo das expectativas

O que mais te agradou na experiência?

O que poderia ser melhorado?

Você recomendaria essa experiência para outras pessoas?

☐ Sim

☐ Não

Você voltaria à região?

☐ Sim

☐ Não

Por quê?

¹ Graduanda em Administração, 8º período. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Unidade Passos. Endereço institucional: Av. Juca Stockler, 1130, Bairro Belo Horizonte, Passos/MG, CEP 37900-106.

E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#).

² Mestre. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Endereço institucional: Av. Juca Stockler, 1130, Bairro Belo Horizonte, Passos/MG, CEP 37900-106. E-mail: [acesse o artigo original para](#)

[visualizar o e-mail](#).

³ Especialista e professor da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Endereço institucional: Av. Juca Stockler, 1130, Bairro Belo Horizonte, Passos/MG, CEP 37900-106. E-mail: [acesse o artigo](#)

[original para visualizar o e-mail](#).