

# Atributos da Satisfação na Qualidade do Turismo: O património gastronómico da açorda Alentejana

Rui Amaral

E-mail: [ruialmeidaamaral@hotmail.com](mailto:ruialmeidaamaral@hotmail.com)  
Universidade de Évora

Susana Rocha

E-mail: [susanarocha2005@hotmail.com](mailto:susanarocha2005@hotmail.com)  
Universidade de Évora

Margarida Saraiva

E-mail: [msaraiva@uevora.pt](mailto:msaraiva@uevora.pt)  
Universidade de Évora

## Resumo:

Um dos pilares estruturantes da gastronomia portuguesa é a conhecida trilogia do Pão, Azeite e Vinho, alimentos no quotidiano do mediterrâneo e muito presentes no Alentejo. Entender a gastronomia como património alimentário de uma região ou lugar pressupõe uma visão alargada, transversal e integradora de diferentes atributos que se cruzam com tradições culturais alimentares e que é mais do que do domínio culinário. A exploração das características do turismo cultural e de destino (lugar) bem como dos atributos endógenos da açorda Alentejana em contextos gastronómico, permite também avaliar que a promoção de festivais gastronómicos e/ou de produtos regionais insere-se num paradigma de sustentabilidade, sendo que a oferta de produtos regionais de qualidade deverá constituir elemento potenciador do desenvolvimento socioeconómico à escala local e regional e, consequentemente, atrair e fidelizar novos públicos. Com o presente artigo pretende-se avaliar as expectativas e o grau de satisfação dos visitantes do 9º Congresso das Açordas realizado em Portel, a partir da análise multivariada de um questionário adaptado do modelo SERVQUAL. Os resultados mostram que as perceções dos visitantes relativamente à qualidade do produto oferecido são satisfatórias e estão de acordo com as expectativas.

**Palavras-chave:** Turismo Gastronómico, Açorda Alentejana, Satisfação, Qualidade

---

## 1. Introdução

A gastronomia está cada vez mais identificada com a procura do autóctone e de elementos culturais, sendo por isso um fator-chave de atração que ajuda na competitividade dos destinos turísticos (López-Guzmán & Jesus, 2011; Santo e Cravidão, 2015). É de extrema importância e relevante para a atividade turística que permite inúmeras oportunidades para todos aqueles que souberem explorar este nicho de mercado direta ou indiretamente (Rosário & Lobato, 2015), visto que as pessoas procuram novos conhecimentos, costumes, gostos o que pode ser um pretexto de deslocação. Assim sendo, o turismo vive momentos de especialização e de novas perspectivas, nos desejos dos clientes onde aparecem novos produtos e turistas (Correia, 2015). Os novos paradigma da atividade turística e das motivações dos visitantes são resilientes à mudança, visto que estes se alteram a ritmos alucinantes. É importante que a experiência turística seja cada vez mais sofisticada em contextos de produção e comercialização profissionalizada contudo, será necessário propor olhares de dimensão local e regional sustentáveis dando uma visibilidade à nossa memória coletiva (Moreira, 2006). Segundo Henriques & Custódio (2010), o fruto desta globalização, pós-fordista, pós-moderna encontram-se nas novas formas de viajar, saber-estar e de conhecer determinados produtos e recursos, fruto de um turista “urbanizado” onde as motivações não se dissociam de um relacionamento com a recuperação de uma herança cultural e social em áreas de contacto com a natureza, desenvolvimento, sustentabilidade e dos costumes locais (López-Guzmán & Jesus, 2011; Cãizares & López-Guzmán, 2012; Gimenes et al. 2012; Amorim et al, 2012). Este trabalho, visa avaliar o modo como a gastronomia representada pelo produto açorda ser motivo de deslocação e também ser património imaterial do Alentejo com grande valor de identidade cultural.

---

## 2. A Gastronomia é Património Cultural Turístico

O património cultural é formado por valores materiais e imateriais que detém um significado e importância para uma sociedade que foi criando ao longo da sua história (Rosário & Lobato, 2015). Segundo esta definição a gastronomia Portuguesa insere-se nestes padrões, ou seja é património cultural imaterial de Portugal. Contudo, Saramago (2002) defende que o que deveria ser património cultural em termos gastronómicos seria a gastronomia local por esta ser um conceito abstrato na medida que um ser aprecia esta ou aquela receita em detrimento do seu

conhecimento. “Todo o turismo é cultural” (Ramos, 2013), “por força da natureza do fenómeno” (Ramos e Marujo, 2011) na medida que o turismo é feito por pessoas, e que cada visitante carrega consigo códigos de conduta, valores de comportamentos diferentes dos que estão implementados no país visitado (Brito, 2013). A temática é contemporânea, oportuna e de difícil mensuração para as diversas ciências quando temos centenas de definições (Ramos, 2013). Contudo, abordando somente a cultura para o turismo e do ponto de vista da literatura científica, esta reflete-se por ser uma atividade em que os visitantes pretendem conhecer, participar, enriquecer a sua formação, disfrutar dos monumentos e património, contactar com outras gentes, costumes, tradições, ideias intelectuais, históricos e significados sociais (Jiménez et al., 2011). A cultura está intimamente ligada aos lugares, pois todos os lugares têm a sua própria cultura. Como referencia Santo & Cravidão (2015),

“A atratividade turística, vale lembrar, tem na diversidade do lugar um dos suportes competitivos, ou seja, a procura turística na pós-modernidade é influenciada pelo carácter distintivo do lugar. Nesse sentido, as estratégias promocionais do destino ressaltam aquilo que é singular e autêntico. Contexto no qual a gastronomia tem uma nova conotação”.

Esta dicotomia de turismo, cultura e lugar tem que contribuir significativamente com recursos para a valorização dos usos tradicionais e populares que sirva tanto os visitantes mas sobretudo os visitados. Recursos culturais e tradicionais, projetam-se pelas especificidades, no acrescentar de valor e sobretudo que a preservação não recaia sobre uma comercialização estereotipada pois, o turista cultural necessita de conhecer, compreender, interpretar e ter prazer na descoberta, já que desperta a curiosidade e estimula a experimentação (Batista e Durão, 2011). A atração do símbolo da tradição segundo Silva (2007) é que o turista para além da engenharia e arquitetura popular procura outros tipos de motivações locais como é o caso da gastronomia, folclore artesanato, a dança, as lendas, as crenças, as canções populares, os lugares típicos (...) o que constitui uma forma de apropriação local da história e tradição e uma certa incorporação da identidade visitada ou seja, uma cultura intangível (Ramos & Marujo, 2011). Consequentemente nessa exploração, dos recursos locais a mercantilização pode alterar o seu significado por ir ao encontro num processo de adaptação das preferências do visitante, ou até mesmo das atividades culturais com uma procura diminuta (Romão, 2013). A tradição cultural, sobretudo do património imaterial como a gastronomia depende de uma memória identitária da sociedade que permita uma recuperação de saber-fazer das tradições, adaptando-se aos novos contextos contemporâneos exaltando-se a identidade local (Santo & Cravidão, 2015). Na verdade, um lugar envolve sempre as dinâmicas e esforços a fim de identificar e promover experiências diferenciadas, oferecidas com recursos locais e específicos dirigidos a necessidades e motivações específicas, respeitando os objetivos e qualidade de vida dos

residentes (Romão, 2013). Note-se, que a gastronomia nacional e sobretudo a Alentejana é das que menos sofreu influências da *McDonaldização*. Quitério (1994) relembra que temos várias gastronomias locais ou regionais e que juntas perfazem a dita gastronomia Portuguesa. Aliás é de estranhar que num país tão pequeno ao nível territorial como Portugal, possa existir tanta diversidade gastronómica estando estas em contextos de proximidade e onde os diversos hábitos locais têm uma acentuada disparidade (Batista e Durão, 2011). A gastronomia torna-se assim numa prática cultural repleta de símbolos valores e significados que se pode converter numa importante experiência cultural ou num forte atrativo turístico, capaz de dinamizar o desenvolvimento local (Gimenes et al., 2012), e onde a qualquer sociedade durante o seu processo de história diversifica e cria um gosto e sabor único (Öztürk et al., 2015). A gastronomia da era global é tendencialmente estereotipada e cosmopolita já que os meios de comunicação a fazem correr mundo, contudo não deixa de transmitir a cultura de determinado lugar ainda que algumas experiências como por exemplo as técnicas, costumes tradicionais, adesão aos valores, são de comportamentos locais, armazenados muitas vezes na oralidade e na memória dos lugares (Rosário & Lobato, 2015).

---

### 3. Cozinha Local e Turismo Gastronómico

O Alentejo foi habitado por muitos povos ao longo dos tempos. Povos esses, que implementaram as suas crenças, ritos, hábitos e tradições e que de certa forma a transmitiram aos nativos residentes. Cada povo trás consigo a sua cultura, cultura essa no qual a gastronomia faz parte. Portanto, é uma “forma de diferenciação em cada sociedade estas correntes migratórias e a miscigenação das práticas e costumes (Rosário & Lobato, 2015). Um olhar criterioso sobre as fundações da alimentação e da gastronomia do Alentejo identifica no seu imediato produtos e práticas de uma cultura milenar como a Muçulmana onde o Alentejo é herdeiro (Saramago, 1997). As semelhanças permite afirmar que a cozinha Árabe foi a verdadeira matriz da gastronomia local Alentejana, onde a singularidade dos paladares e a simplicidade do seu povo permitiu ao longo do tempo afirmar esta influência subtraindo aqui obviamente os produtos interditos como é o caso do porco.

#### 3.1. O Arquétipo da Açorda

“Os Coentros são a força do piso, com poucos não vale nada”(Ditado Popular)

A açorda é uma das referências gastronómicas fixadas pelo povo árabe com mais de um milénio de história. Talvez tenha sido uma questão de “acaso e de necessidade” que esteve na génese

do processo de preparação que deu origem a esta sopa (Valagão e Silva, 2008). Da escassez dos produtos e da singularidade e da simplicidade dos sabores que proporciona, bem como da criatividade e do engenho o que se pode fazer com recursos parcos (Valagão e Silva, 2008) estiveram na génese da *tharîd*, pão mergulhado em caldo aromatizado e temperado com azeite (Valagão e Silva, 2008).

Segundo Torres (2013) “Açorda provém da palavra árabe *ath-thurda* e também da *tarida* expressão utilizada nos países islâmicos do Mediterrâneo. Com pequenas variações, era e continua a ser, no Alentejo, um alimento primordial. Água limpa, pão migado, poejos e coentros, dois dentes de alho e um fio de azeite. O mais simples dos milagres”

É ainda referenciado pelo mesmo autor a simbologia e os lugares de destaque da iguaria bem como a representatividade em termos de valor: “Um milagre tantas vezes repetido que se corporizou num património identificador de uma cultura, de uma velha cultura que em Portugal apenas sobrevive no Alentejo e na Serra Algarvia”

Goes (2013), reforça que “a açorda de alho é a mais perfeita invenção da nossa terra – um bocado de pão duro cortado em fatias, um piso de alho e coentros ou poejos, uma golada de azeite, tudo regado com água a ferver e eis o prato maravilhoso que aos pobres alimentou e aos ricos regalou – e regala - com uma posta de bacalhau ou de pescada, com amêijoas, com peixe frito ou com sardinhas assadas” A autora ainda recorda a sorte que o Alentejo teve, ou ao ter tido um escritor<sup>2</sup> do séc. XIX em que deixou as suas vivências e importantes testemunhos sobre a gastronomia em geral mas em particular da açorda que não foi esquecida.

“Às oito horas da manhã estamos às voltas com uma açorda, a clássica açorda alentejana, que só não figura na lista dos banquetes por uma lamentável ignorância dos cozinheiros, e uma estranha aberração do gosto, por banda das pessoas que pretendem comer bem”.

Segundo Saramago (1997). “Com ela podia-se comer qualquer coisa; carne peixe ou vegetais acompanhavam normalmente a *tharîd*, um prato simples, muito elogiado por Maomé e que consistia uma refeição completa, um luxo para alguns”. Também conhecida por *Tarida*<sup>3</sup> (Saramago, 1997), esta versão é partilhada por alguns historiadores como já foi referenciado como sendo o “arquetipo da açorda Alentejana”. Contudo já do período romano existiam referências de uma sopa com ervas aromáticas, alho, pão, azeite e água (Saramago, 1997). A iguaria atravessou culturas mas os árabes fixaram-na definitivamente. A açorda alentejana tantas vezes mal compreendida feita com poejos ou coentros, prato assistencial de todas as

---

<sup>2</sup> Brito Camacho (1862-1934), Nascido no Monte das Mesas, em Aljustrel.

<sup>3</sup> Târída vem da raiz Târada que significa “migar pão – in Saramago, Alfredo (1997) “Para uma História da Alimentação no Alentejo””

classes, onde algumas vezes motivo de ironias ignorantes estará para perdurar por tempos vindouros. Senão vejamos:

Segundo Moreira (2002) a Açorda é um prato aguado que consiste basicamente em verter um caldo feito com água fervida sobre um “piso” - termo usado tradicionalmente no Alentejo (Valagão e Silva, 2008) preparada em cru com azeite, alho, aromáticos (coentros ou poejos) e sal. O ato de realizar esta “pasta” singulariza a iguaria açorda pois é a característica fundamental para não se chamar sopa, mas sim açorda Alentejana. Depois junta-se água, que pode ter sido da cozedura de peixes, nomeadamente de bacalhau, cujas postas são fervidas à parte. Noutras versões intermédias a açorda trata-se simplesmente da água fervida, no qual podem ser escalfados ovos, que se servem juntamente com a açorda (Moreira, 2002). Contudo e segundo Saramago (1997) a epistemologia da açorda deriva de um desejo abundante de azeite nas sopas e na referida açorda não é exceção, pois quando os trabalhadores rurais comiam por conta do patrão a chamada “açorda cega” quando os «olhos» do azeite não apareciam em profusão à superfície da água da sopa acompanhada com umas azeitonas. No Alentejo também se chamam sopas às pequenas fatias de pão normalmente duro no qual é vertido o caldo resultante da maceração dos aromáticos. O pão tem uma fixação no regime alimentar do Alentejo e é a base desta iguaria, uma presença quotidiana na mesa, seja como complemento de refeição ou como iguaria central característicos sobretudo do sul de Portugal (Moreira, 2002). Para perfumar utiliza-se os aromáticos, obtidos localmente, espécies vegetais espontâneas ou cultivadas que utilizadas com arte conferem à gastronomia Alentejana tradicionais sabores e aromas peculiares que marcam a autenticidade desta gastronomia. Normalmente quando se fala de coentros ou poejos é imediata a associação com a “açorda de alho” (Valagão e Silva, 2008). A sobrevivência e a sustentabilidade desta iguaria em termos do saber fazer com referências históricas e culturais, depende da manutenção, imagem e preservação do êxito mercadológico logo, importa também referenciar o recente trabalho de a imortalizar<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> É notório o trabalho da Confraria Gastronómica do Alentejo na promoção, divulgação e preservação das práticas ancestrais da gastronomia no Alentejo, obviamente sem reprimir a sua evolução natural. No ano de 2013 procedeu à recolha do seu receituário com um enquadramento histórico e cultural de todo o seu território. O trabalho reúne 1100 receitas representativas, entre as quais existem diversas açordas.

## 4. Método de Recolha e Análise de Dados

### 4.1. Contexto Situacional da Investigação

A investigação decorreu aquando do “IX Congresso das Açordas” em Portel-Alentejo-Portugal no ano de 2015. O IX Congresso das Açordas é um evento gastronómico que se realizou no final de março, na vila de Portel, estando esta situada no Alentejo central, do qual faz parte do distrito de Évora. Esta localidade encontrando-se numa posição de centralidade, com boas acessibilidades tendo uma posição privilegiada junto ao grande lago Alqueva, assume-se como a capital do montado Alentejano e a porta de entrada para o grande lago Alqueva. Os eventos culturais são uma marca deste concelho, os quais se realizam ao longo do ano e atraindo anualmente milhares de visitantes à região. Entre o congresso das açordas, destacamos outros eventos tais como: “Agosto em festa (festival folclore, Portel aves); Festa da Juventude; Festa com livros; Feira do Montado, entre outras. Desta forma, o município pretende atrair o turismo, já que Portel também é marcado pelo seu património histórico, cultural e natural. Além do artesanato acresce um património de produtos feitos a partir de saberes e de matérias-primas genuínas das suas gentes com particularidades para o montado. Contudo, é ao nível da gastronomia que o concelho evidencia a sua riqueza. Produtos locais tais como o azeite, vinho, queijos, enchidos, mel e doçaria são destacados no Congresso das Açordas, um evento que pretende promover, divulgar, valorizar e proteger um das iguarias mais emblemáticas do Alentejo. Na açorda, (congresso) encontra-se um espaço de reflexão e debate que integra ainda uma feira gastronómica, exposições, concursos, fado, cante alentejano onde é possível provar as “mil e uma” açordas que Portel têm para oferecer. Aliás esta afirmação de inúmeras formas de confeccionar Açorda Alentejana poderá parecer um tanto exagerada já que no Alentejo apenas existe uma forma de realizar iguaria em termos técnicos e culinários. Segundo Moreira (2002) a Açorda é um prato aguado que consiste basicamente em verter um caldo feito com água fervida sobre um “piso” - termo usado tradicionalmente no Alentejo (Valagão e Silva, 2008) preparada em cru com azeite, alho, aromáticos (coentros ou poejos) e sal. O ato de realizar esta “pasta” singulariza a iguaria açorda pois é a característica fundamental para não se chamar sopa, mas sim Açorda Alentejana. Contudo, nesta região em particular toda a sopa que tenha por base pão e caldo é considerada uma açorda. Deste modo, prevalece a ideia que num país tão pequeno ao nível territorial como Portugal, possa existir tanta diversidade gastronómica estando estas em contextos de proximidade e onde os diversos hábitos locais têm uma acentuada disparidade (Batista e Durão, 2011). Desta forma Portel pretende defender quem sabe o seu “*bairrismo*” em relação a esta iguaria no qual procura uma diferenciação e promoção para o concelho.

## **4.2. Método de Recolha de Dados**

O estudo de caso é de carácter exploratório e descritivo (Hill & Hill, 2012), e foi realizado tendo por base uma outra investigação a pedido do município de Portel com o intuito de averiguar as perceções da qualidade e da satisfação, numa ótica de melhoria contínua dos serviços prestados aos visitantes do referido evento. Neste caso, como o instrumento de medida é direcionado para outra temática, apenas iremos considerar não a totalidade das respostas fornecidas pelos respondentes mas apenas aquelas que possam enquadrar esta investigação, nomeadamente, aquelas que respondam aos nossos objetivos.

O trabalho quantitativo resulta de um inquérito por questionário com amostra (n=121) por conveniência, abordando diretamente os respetivos visitantes do congresso. O local selecionado dentro do evento foram os restaurantes aderentes no certame durante os três dias em que decorreu a iniciativa no ano de 2015. Todas as pessoas foram identificadas como visitantes já que o instrumento apenas foi aplicado a quem estava única e exclusivamente de visita ao destino e por sua vez ao congresso das açordas, sendo esta a única condição que excluiria os residentes. O instrumento baseou-se num estudo exploratório desenvolvido por Tavares & Eusébio (2011), a partir do modelo EVENTPERF que tem por objetivo avaliar o desempenho e atributos de determinados eventos. Contudo, é ainda de referenciar que o respetivo modelo das autoras já é um contributo a partir do SERVQUAL, pois as variáveis do modelo enquadram-se com as respetivas dimensões. Por último, além das questões que caracterizam as dimensões sociodemográficas do respondente existem outras que em muito caracterizam o perfil do turista/visitante gastronómico, sendo estas as que se enquadram com o objetivo de estudar o turista gastronómico.

## **4.3. Análise e Discussão de Resultados**

No presente ponto iremos apresentar a análise e discussão de resultados com vista a responder ao objetivo deste estudo empírico, tem como finalidade analisar uma abordagem ao perfil do consumidor do turismo gastronómico no qual se recorreu ao estudo de caso efetuado no evento “Congresso das açordas” em Portel-Alentejo, bem como, obter uma visão ainda que holística dos determinantes da procura turística e do turista gastronómico enquadrado com as motivações e satisfação.

Os resultados relativos ao perfil do consumidor são interpretados à luz de uma síntese de estatística descritiva inicial referenciada na tabela 1.



**Tabela 1 – Principais características do perfil do visitante do “Congresso das açordas”**

Género	Masculino (45%) Feminino (55%)
Idade	41-60 anos (45%) 21-40 anos (39%)
Idade	41-60 anos (45%) 21-40 anos (39%)
Habilitações Literárias	Ensino Secundário (28,9%) Ensino Superior (44,6%)
Elementos do Agregado Familiar	2 Elementos – 30,6% 3 Elementos – 27,3% 4 Elementos – 18,2%
Situação Profissional	Empregado – 59,5% Reformado – 19%
Nacionalidade	Portuguesa – 94%
Quanta Vezes já visitou o “Congresso das açordas”	1 Vez (40,5%) 2 Vezes (9,1%) 3 Vezes (8,3%) 4 Vezes (15,7%) (...)
Tenciona Voltar?	Sim (94,2%)
Recomendaria/Aconselha a visita ao Congresso	Sim (90,9%)
Despesa durante a visita ao Congresso por pessoa	<49€ (47,1%) 50€-100€ (18,2%) N/R (34%)
Quanto Tencionava Gastar?	<29€ (39,7%) 30€-59€ (17,4%) 60€-89€ (4,1%) N/R (38%)
Que lembrança leva do Congresso	Produtos Gastronómicos (47,9%)
Visita feiras gastronómicas várias vezes por ano?	Sim (67,8%)
Quantas Vezes?	<4 (42,1%) 5-9 (9,1%) >10 (3,3%) N/R (45,5%)

**Fonte:** Elaboração própria

Seguidamente iremos proceder a uma estatística multivariada, nomeadamente realizando testes não paramétricos, pois são aqueles que não requerem requisitos muito fortes, utilizados normalmente em amostras pequenas e quando a distância a esses requisitos são grandes. Segundo Pereira (2011), a desvantagem destes testes é não encontrar diferenças entre os dados

quando realmente elas podem existir. Os testes não paramétricos de comparação de valores centrais (Mann-whitney, Wilconox, Kruskal-Wallis e Friedmam) baseiam-se em ordenações e não em valores absolutos. (Marôco, 2014). De um modo geral os cálculos são simples, normalmente menos potentes do que os seus equivalentes paramétricos.

**Teste de Friedman**

O teste de **Friedmam** consiste em detetar diferenças significativas entre os valores centrais de duas ou mais variáveis, quando analisamos os mesmos sujeitos (Marôco, 2014). Representa uma alternativa não paramétrica à ANOVA para amostras emparelhadas. Este teste pode ser considerado uma extensão do teste Wilcoxon. Desta forma a hipótese nula será: “os níveis de motivação de visita para com o Congresso das Açordas não diferem consoante os níveis de satisfação”, sendo a hipótese alternativa “os níveis de motivação de visita para com o Congresso das Açordas diferem consoante os níveis de satisfação”. A reduzida dimensão da amostra e a consequente não normalidade da distribuição dos dados justifica a realização do teste. A nível descritivo a ordenação média relativa é a questão “simpatia” é a mais elevada o que indicia maiores níveis de satisfação com este atributo, conforme **tabela 2** sendo que a variável “Policiamento e Segurança (PSP, GNR, Bombeiros, etc.) “ é aquela que representa valores com menor nível de satisfação.

**Tabela 2 – Rank de níveis de satisfação do “Congresso das açordas”**

Variáveis	Mean Rank
Sinalética no exterior do 9.º Congresso das Açordas.....	15,17
Acesso ao parque de estacionamento.....	14,12
Sinalização interna dos diferentes espaços.....	18,35
Organização dos espaços em geral (disposição das mesas, espaço circulação, etc.).	19,61
Decoração e mobiliário dos espaços.....	17,77
Limpeza e higiene dos espaços.....	20,36
Limpeza e higiene dos WC’s.....	14,96
Ambiente das instalações (temperatura, acústica, iluminação, etc.) .....	17,09
<b>Policiamento e Segurança (PSP, GNR, Bombeiros, etc.)</b>	<b>10,86</b>
.....	
Aparência e apresentação.....	21,17
Atendimento e disponibilidade.....	23,31
<b>Simpatia.....</b>	<b>23,55</b>

Prontidão, rapidez e eficácia nos serviços prestados.....	22,60
Competência e capacidade de resposta às diferentes solicitações.....	21,69
Confiança e segurança nos serviços prestados.....	21,61
Boa disposição na ajuda aos clientes.....	18,41
Compreensão das necessidades dos clientes.....	15,58
Comunicação dos serviços em atraso.....	17,12
Resolução de problemas dos clientes de forma sincera e imediata.....	15,19
Receção de reclamações e correção de falhas.....	16,94
Emissão de faturas, isentas de erros.....	14,14
Atendimento personalizado aos clientes.....	18,12
Reconhecimento dos clientes habituais.....	20,06
Quantidade dos produtos gastronómicos oferecidos.....	18,36
Qualidade dos produtos gastronómicos oferecidos.....	18,13
Variedade dos produtos gastronómicos.....	20,13
Tempo de espera para atendimento na área de restauração.....	20,88
Qualidade dos alimentos e bebidas na área de restauração.....	20,69
Relação preço/quantidade das refeições.....	17,48
Relação qualidade/preço das refeições.....	16,62
Horários adequados.....	16,43
Organização (variedade dos artistas, atividades desenvolvidas, Workshops, etc.) .....	14,99
Quantidade dos espetáculos e atividades.....	13,82
Qualidade dos espetáculos e atividades.....	15,31
Qualidade do Congresso em termos gerais.....	19,40

Fonte: Elaboração própria

Contudo, para verificar se as diferenças são significativas consultamos a significância exata, que neste exercício é de 0,000 o que mostra evidência estatística para afirmar que os níveis de satisfação diferem consoante o método utilizado, sendo mais seguro considerar a significância exata (e não a assintótica).

$$X^{2(2)} = 552,167, p < 0,01.$$

**Tabela 3 - Test Statistics<sup>a</sup>**

N	121
Qui-quadrado	552,167
df	34
Significância Assintótica	,000

Fonte: Elaboração própria

---

## 5. Conclusões

Deixando em aberto uma questão tão instigante quanto à nossa questão de partida, é a de saber se a açorda Alentejana pode ser a imagem gastronómica enquanto marca distintiva da região Alentejo, já que este pequeno estudo contribui de certa forma para afirmar que enquanto produto patrimonial e cultural de Alentejo não haja dúvidas pela sua tradição e tudo o que representa para o seu povo. Existe um evidente crescimento de estudos em gastronomia, estudos, que exploram a relação de cultura com o turismo. Esta relação evidência de facto uma simbiose ente o “espírito do lugar” e o património valorizador, passando a integrar práticas culturais como é a gastronomia. A gastronomia no Alentejo é um elemento determinante para o Alentejo pela sua atratividade, pelo aspeto facilitador de integridade social uma vez que é identificada como manifestação cultural. Isto faz pressupor que a gastronomia e neste caso a açorda Alentejana como uma marca de autenticidade do Alentejo. Após ter reunido na revisão de literatura, opinião de autores e de ter percebido que de certa forma a gastronomia ainda é um produto pouco valorizado e dedicado às expressões culturais, reconhece-se a Açorda Alentejana como iguaria gastronómica que pode contribuir pra contrariar esse paradigma, valorizar o património cultural e oferecer uma experiência única e autêntica. Este recurso deve ser apreciado pelos visitantes e valorizado enquanto produto turístico, contudo o seu desenvolvimento deve ser fomentado em qualidade (nicho/valor) e não em quantidade para não sofrer mudanças de encenação. Deve-se procurar públicos selecionados que saiba usufruir deste recurso, e não o típico turismo de massas que tudo consome à sua passagem. O turismo gastronómico deve ter um significado muito mais, do qual se leva de recordação umas fotografias ou *posts* nas redes sociais. Pretende-se antes a interpretação e vivências memoráveis únicas que proporcione ao visitante prazer de descoberta e interação com o território e a cultura patrimonial das comunidades, ou seja uma integridade total dos usos e costumes em termos gastronómicos. O Alentejo e a Açorda merecem.

## Referências Bibliográficas

Amorim, E. Andrade, C. Frederico, N. & Umbelino, J. (2012). Los Cruceros Turísticos en el Douro y el Segmento de Vinos y Gastronomía: Una Propuesta de Sustentabilidad Sociocultural. *Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 21*, pp. 1050-1071.

- Bardin, Laurence. (2013). *Análise de Conteúdo*. 4ª ed. 70, Lda
- Batista, M. e Durão, M., (2011), *Turismo Cultural e Desenvolvimento Sustentável – A Doçaria Conventual do Douro Litoral*, Revista Turismo e Desenvolvimento, Nº 15, pp. 117 – 131.
- Brito, L. (2013). *Informação Turística: A arte do guia interprete entre a cultura do turista e do destino*. Chiado Editora
- Carmo, H. Ferreira, M. (1998) *Metodologia da Investigação: Guia Para Autoaprendizagem*, Universidade Aberta, Lisboa, pp. 247 – 260.
- Correia, A. (2015). *Turismo Gastronómico, a gastronomia como forma de atração turística: O caso da cidade de Lisboa*. In Santos, Norberto & Cravidão, Fernanda (Coord.) *Gastronomia e vinhos – Do Turismo de Experiência à Experiência pelo Turismo*. CEGOT – Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Edições Minerva, pp. 59 – 74.
- Gimenes, M. Brea, J. e Gândara, J. (2012). *Comidas Inolvidables: la Construcción de una Metodología para Analizar las Experiencias de Comer Fuera de Casa*. *Estudios y Prespectivas en Turismo, Volumen 21*, pp. 802-824.
- Goes, M. (2013), *Carta Gastronómica do Alentejo: Carta gastronómica do Alentejo: Monumenta Transtaganae Gastronomica*. Ed, ERTA
- Henriques, C. e Custódio, M. (2010). *Turismo e Gastronomia: A Valorização do Património Gastronómico na Região do Algarve*. *Encontros Científicos- Tourism & Management Studies, nº 6*, pp. 69-81.
- Moreira, R. (2002). *O Pão nas Festividades Tradicionais: A Páscoa e as Festas em Honra do Espírito Santo*. *Comunicação apresentada no encontro Civilta e Cultura del Pane nei Paesi dell'Europa Mediterranea e dell'Est (Roma, Nov.2001), organizado pelo Centro Internazionale Amici Scuola*.
- Moreira, R. (2006). *Memoria y patrimonio alimentario: la importancia de los saberes empíricos*. *Actas do III Congreso Internacional de la Red SIAL: Alimentación y Territorios*, Baeza (Jaén – Espanha).
- Öztürk, y. Görkem, O. e Sani, R. (2015). *The Reflexiono of Cittaslow Movement on local cuisine: The Case Study of Seferihisar, Turkey*. In Santos, Norberto & Cravidão, Fernanda (Coord.) *Gastronomia e vinhos – Do Turismo de Experiência à Experiência pelo Turismo*. CEGOT – Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Edições Minerva, pp. 59 – 74.
- Pardal, L. & Lopes, E. (2011). *Métodos e técnicas de investigação social*. Areal editores.
- Quitério, J. (1994), *Gastronomia e a Identidade Cultural: Atas do I Congresso nacional de Gastronomia*, Santarém, Ed. Festival Nacional de Gastronomia.
- Ramos, F. & Marujo, M. (2011). *Reflexões Sócio-Antropológicas Sobre o Turismo*. Revista Turismo e Desenvolvimento, Nº 16, pp. 25 – 33.
- Ramos, F. (2013). *Turismo e Cultura*. Revista Turismo e Desenvolvimento, Nº 20, pp. 91 – 98
- Reffóios, Ma. (2010). *Saber e Sabores Medievais: Aspetos da Cultura Alimentar Europeia*. Casal de Cambra: Ed: Caleidoscópio.
- Romão, J. (2013), *Turismo e Lugar – diferenciação territorial, competitividade e sustentabilidade em turismo*. Escolar Editora. Lisboa.
- Rosário, B. e Lobato, A. (2015). *A Gastronomia Marajoara: Um Património Cultural como Atrativo Turístico*. In Santos, Norberto & Cravidão, Fernanda (Coord.) *Gastronomia e vinhos – Do Turismo de Experiência à Experiência pelo Turismo*. CEGOT – Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Edições Minerva, pp. 47 – 57.
- Sandra S. e Tomás L. (2012): *Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist*, *Journal Current Issues in Tourism*, 15:3, 229-245.
- Santo, Á. & Cravidão, F. (2015). *A Gastronomia como Expressão do Património Cultural Imaterial Luso-Amazónico: das heranças históricas ao Cenário Pós-Moderno*. In Santos, Norberto & Cravidão, Fernanda (Coord.) *Gastronomia e vinhos – Do Turismo de Experiência à Experiência pelo Turismo*. CEGOT – Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Edições Minerva, pp. 59 – 74.
- Santos, J. e Henriques, C. (2012), *Trilhos Turísticos na Gastronomia*, Revista Turismo e Desenvolvimento, Nº 17/18, pp. 1245 – 1256.
- Saramago, A. (1997), *Para Uma História da Alimentação no Alentejo*. Ed. Assírio & Alvim. Lisboa.
- Saramago, A. (2002), *Gastronomia Património Cultural: Com os Olhos Postos No Futuro*, Reflexões sobre o Turismo em Portugal. Lisboa: Ed. Ministério da Economia.
- Silva, L. (2007). *A Procura do Turismo em Espaço Rural*. Revista Etnográfica, Nº 11 (1), pp. 141 – 163.

- Torres, C. (2013), Carta gastronómica do Alentejo: Monumenta Transtaganae Gastronomica. Ed, ERTA.
- Vala, J. (1986) A análise de Conteúdo in Silva Augusto S. e Pinto, José M. (orgs), “*Metodologia das Ciências Sociais*”, 5ª ed., Porto, Edições Afrontamento, pp. 101-128.
- Valagão, M. e Silva, J. (2008). *As Tradições Alimentares. In Valagão, Maria (Org.) Tradição e Inovação Alimentar – Dos recursos silvestres aos itinerários turísticos*. Lisboa 2º ed., Capítulo IV. Edições Colibri, pp. 81 – 152.

## Curriculum Vitae:

Rui Amaral é licenciado em Turismo e Mestre em Gestão-especialização em Recursos Humanos pela Universidade Évora. Formador nos cursos de Hotelaria e Turismo da EPRAL - Escola Profissional da Região Alentejo - Portugal. Os seus interesses de investigação abordam as temáticas da Procura Turística; Motivação e Satisfação Laboral Turística; Análise de Dados Aplicados ao Turismo.

Susana Alves Rocha é licenciada em Contabilidade e Fiscalidade pela Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém e Mestre em Gestão-especialização em Recursos Humanos pela Universidade de Évora. Os seus interesses de investigação são nas áreas de Gestão da Qualidade; Turismo; Organização e Administração de Empresas; Contabilidade.

Margarida Saraiva é Doutorada em Gestão pelo ISCTE – Business School, Instituto Universitário de Lisboa, Portugal, desde 2004. É Professora Auxiliar no Departamento de Gestão da Universidade de Évora, Portugal e investigadora no centro de investigação da BRU-UNIDE/ISCTE-IUL. As suas áreas de interesse são: Gestão da Qualidade, Avaliação da Qualidade, Qualidade e Inovação, Organização e Administração de Empresas.

## Authors Profiles:

Rui Amaral has a Degree in Tourism and a Master in Management, specialized in Human Resources by the University of Évora. Trainer in Hospitality and Tourism Courses in EPRAL (Professional School of Alentejo Region) – Portugal. His research interests are mainly about the theme of Tourism Demand; the motivation and job satisfaction in the Tourism area/field; Data Analysis applied to Tourism.

Susana Alves Rocha has a Degree in Accounting and Taxation by the School of Management and Technology of Santarém and a Master in Management, specialized in Human Resources by the University of Évora. Her research interests are in the areas of Quality Management; Tourism; Organization and Administration of Firms; Accountancy.

Margarida Saraiva has received a Ph.D. from the ISCTE Business School – Portugal, Lisbon in 2004. Is now an Assistant Professor at the Management Department of the University of Évora - Portugal and a Researcher of BRU-UNIDE/ISCTE-IUL. Her research interests are in the areas of Quality Management, Quality of Evaluation, Innovation and Quality, Organization and Administration of Firms.

