

Qualidade percebida do serviço em alojamentos rurais de Portugal e Espanha: análise oferta e procura

Sandra Maria Correia Loureiro

Investigação desenvolvida no âmbito do doutoramento em Marketing e comércio Internacional, com Francisco Javier Miranda González Professor TU de Universidad de Extremadura

Resumo

Com base na adaptação da escala SERVQUAL aos alojamentos de turismo rural, considerando apenas as percepções, criou-se a escala **RURALQUAL**. Este instrumento foi então utilizado para medir as percepções sobre a qualidade do serviço dos alojamentos rurais, tanto da parte dos prestadores, como dos clientes nas regiões da Extremadura (Espanha) e Alentejo (Portugal). Deste modo, foi possível determinar o tamanho do Gap 6, proposto por Lewis, de discrepância entre as percepções dos clientes e as percepções dos responsáveis pelos alojamentos das duas regiões.

Palavras chave: Qualidade do serviço / Escala SERVQUAL / Turismo rural / Gap 6.

Abstract

Through the use of RURALQUAL scale adapted from SERVQUAL scale in the context of rural tourism, we measure the perceptions about the quality of the service, both by the users and the suppliers, in the rural lodgings of Alentejo (Portugal) and Extremadura (Spain). With this information, it was possible to calculate the size of Gap 6, proposed by Lewis, of discrepancy among the customers' perceptions and the perceptions of the responsible for the rural lodgings from the two regions.

Key words: Service quality / SERVQUAL scale / Rural tourism / Gap 6.

1- Introdução

Não são de agora as preocupações com a qualidade. Desde tempos ancestrais que os seres humanos demonstraram interesse pela correcta execução de produtos ou serviços capazes de agradar não só o próprio autor, como aqueles para os quais se destinam.

Não obstante, definir qualidade não é tarefa fácil. Na linguagem comum utilizam-se expressões como: "maneira de ser de uma coisa ou pessoa", "excelência", "extraordinário", "aptidão", "atributo", "no desempenho de algum cargo ou função", como sinónimos de qualidade. Estes termos comuns acentuam a subjectividade no modo de perceber a qualidade, tornando-a difícil ou mesmo impossível de medir com precisão.

A importância que a qualidade tem vindo a adquirir em mercados cada vez mais competitivos e exigentes reclama a necessidade de a quantificar de forma a ser mensurável. Então, para haver garantia da qualidade deve-se começar por definir ou especificar os critérios de qualidade na concepção, fabrico ou

prestação de serviço e uso. Esses critérios pressupõem um conjunto de características funcionais (aquelas que permitem dar resposta às necessidades do utilizador, como a fiabilidade e a comodidade) e técnicas (aquelas que resultam da solução técnica encontrada, como o material ou a altura).

Se o projecto incorpora as necessidades e expectativas funcionais e técnicas do consumidor diz-se que possui qualidade na concepção. No caso do produto/serviço estar de acordo com as especificações apresenta qualidade do fabrico/prestação de serviço. Quanto à qualidade na utilização, esta encontra-se inerente ao produto que desempenhe as tarefas ou preste os serviços que dele se espera.

A eficácia dos contactos com os clientes externos ou internos das organizações constitui a qualidade relacional. A crescente importância dos serviços confere-lhe cada vez maior relevância.

Perante o exposto, a qualidade tem de ser adaptada a cada sector de actividade, área ou caso em concreto, mediante alguns conceitos básicos que enfatizem a necessidade de estar sempre alerta no sentido de compreender o que agrada ao cliente, pois é este que define o que constitui a qualidade (Tribus, 1990). Tal exige que a empresa produza em conformidade com as especificações (Crosby, 1980) de forma a satisfazer completamente as exigências do cliente ao custo interno mais baixo (Bank, 1992).

A preocupação com a qualidade não se restringe apenas às empresas industriais. O peso que o sector terciário tem vindo a adquirir na economia sobrelevou a importância conferida no passado à qualidade dos serviços. Tanto mais que mesmo as empresas tradicionalmente catalogadas como produtoras de bens tangíveis, também prestam serviços e estes podem marcar a diferença.

Neste contexto, tornou-se comum incluir o termo "serviço" na própria definição de qualidade. Esta é então o conjunto de características que possui um produto, assim como a sua capacidade de satisfazer as exigências do utente (Cuatrecasas, 1999), resolver um problema ou agregar valor para alguém.

Uma actividade com forte componente de serviços e crescente importância económica na Península Ibérica é o turismo. Este é um fenómeno que foi largamente impulsionado pela evolução tecnológica, a qual trouxe a melhoria dos transportes, em rapidez, conforto, segurança e redução de custos, o aumento dos tempos livres e do nível de vida, assim como as crescentes necessidades no domínio do lazer, da religião e da cultura e do conhecimento de outras terras e dos povos.

Contudo, a Península Ibérica tem tido uma oferta turística muito centrada no litoral e no produto Sol e mar, procura agora diversificar cada vez mais a sua oferta não só para responder aos diferentes apelos, necessidades e exigências da procura, como para incentivar o desenvolvimento das condições de vida de regiões do interior e evitar a saturação dos destinos turísticos

tradicionais.

Com o incentivo da União Europeia e o crescente interesse dos cidadãos pelo campo, hoje, o turismo rural forma a essência dum dos produtos turísticos que satisfaz as necessidades de um grupo crescente de consumidores, ao mesmo tempo que constitui um factor de desenvolvimento, de valorização do meio rural e de re-equilíbrio económico-social. Todavia, não se julgue que o termo "rural", tantas vezes sinónimo de rústico ou grosseiro, encerra em si a abolição da qualidade. Esta pode e deve, como veremos, ser incluída no próprio conceito do produto. Basta recordar as citações, de alguns autores da Qualidade e da Gestão da Qualidade, para compreender a sua oportunidade.

A Extremadura e o Alentejo são duas regiões transfronteiriças tradicionalmente rurais, onde se tem verificado um interesse crescente pelo turismo rural, com o aumento do número de alojamentos rurais vocacionados para receber turistas.

A Organização Mundial do Turismo define alojamento como toda a instalação que regularmente (ou ocasionalmente) oferece camas para que o turista possa passar a noite. No caso particular dos alojamentos de turismo no espaço rural, designação portuguesa, estes são um serviço de hospedagem de natureza familiar, prestado a turistas, em casas antigas, rústicas ou outras com valor ou interesse arquitectónico e situadas em zonas rurais ou integradas em explorações agrícolas. Na Extremadura, os alojamentos rurais são casas tradicionais, com elementos de arquitectura tradicional ou valor arquitectónico tradicional, histórico ou cultural.

Nesta perspectiva, uma questão central coloca-se: será que as percepções dos proprietários dos alojamentos rurais, das duas regiões, sobre a qualidade do serviço que prestam coincidem com as dos seus clientes?

Na tentativa de dar uma resposta à questão colocada desenvolveu-se um instrumento de avaliação da qualidade percebida aplicável nas duas regiões, designado por RURAL-QUAL, o qual foi entregue tanto aos proprietários como aos clientes para que estes avaliassem os seus 22 itens segundo uma escala Likert de 5 pontos (1-em completo desacordo e 5-em completo acordo).

A qualidade percebida dos serviços é tida como mais difícil de avaliar do que a qualidade dos produtos, devido às características específicas dos serviços, em especial a intangibilidade. De facto, como menciona Parasuraman *et al.* (1985, p.42), a avaliação da qualidade do serviço, pelos clientes, além dos resultados obtidos, inclui o processo de prestação do serviço como sucede com os produtos. Todavia, na base da limitação do conceito da qualidade dos serviços está a Escola Norte-americana, com especial destaque para o modelo dos Gaps ou Desvios, e a Escola Nórdica, com particular referência para o modelo da qualidade total percebida. Quanto aos modelos

de medição da qualidade dos serviços, a escala SERVQUAL, proposta por Parasuraman *et al.* (1985, 1988 e 1991), e a SERVPERF, de Cronin e Taylor (1992, 1994), são as mais difundidas e aplicadas, quer directamente, quer mediante modificações e adaptações. A primeira é constituída por uma sub-escala de 22 itens das expectativas dos clientes e outra sub-escala de 22 itens das percepções dos clientes, ao passo que a escala SERVPERF considera apenas 22 itens referentes ao desempenho do serviço. No presente estudo utilizou-se uma escala de 22 itens, a qual designámos por RURALQUAL, baseada nas anteriores e na escala modificada de Ruiz, Vázquez e Díaz (1995, p.19-25), tendo-se pedido aos clientes para avaliarem apenas as percepções ou a qualidade do desempenho, tal como proposta de Cronin e Taylor (1992, p.58,66). A opção por uma escala do desempenho justifica-se por várias razões, as quais são indicadas a seguir:

- Um indicador da qualidade baseado na diferença entre pontuações induz um maior erro de medição e diminui a fiabilidade e a validade das escalas utilizadas.

- As expectativas têm um carácter dinâmico, uma vez que podem ser pontuadas de modo diferente tratando-se ou não da primeira visita ao alojamento, ou consoante o modo como o turista tomou conhecimento da existência do estabelecimento: passa-palavra entre familiares e amigos, *Internet*, agência de viagens, etc.

- Medir as expectativas e as percepções exige um maior esforço por parte do cliente e implica que despenda mais do seu tempo de ócio. Além disso, a escala das expectativas deve ser preenchida antes do cliente utilizar o alojamento rural e a das percepções depois da prestação do serviço, o que poderá incomodar o cliente e deixá-lo enfadado, tanto mais que o turismo rural é habitualmente praticado durante curtos períodos temporais. Não podemos esquecer que estes turistas procuram a tranquilidade, a proximidade com a natureza, o imaginário rural e tradicional e não a burocracia do preenchimento de vários questionários.

Neste estudo não se tratou de avaliar a qualidade percebida apenas do lado da procura, como é mais habitual, mas também do lado da oferta. Pretendeu-se, deste modo, medir o Gap 6. Este desvio intenta avaliar a discrepância entre as percepções da empresa sobre o serviço oferecido e as percepções dos clientes sobre o serviço recebido. Este é um dos três desvios identificados pela primeira vez por Lewis (1987) e analisados posteriormente nos trabalhos de Saleh e Ryan (1991) e de López e Serrano (2003), dedicados ao serviço em hotéis.

Efectivamente, os proprietários ou os responsáveis pelos

alojamentos rurais podem considerar que prestam um serviço de qualidade, ao analisarem um conjunto de aspectos ou atributos mas, na realidade, os clientes podem avaliar de modo diferente esses mesmos atributos. Neste caso, os responsáveis não terão uma verdadeira percepção sobre a qualidade do serviço que oferecem, pelo que poderão estar a cometer falhas na prestação do serviço, sem que se apercebam. Deste modo, o Gap 6 pode constituir um instrumento de diagnóstico dos pontos fortes e fracos dos alojamentos rurais. De igual modo, este instrumento pode quantificar os desvios e avaliá-los dentro dum conjunto de aspectos ou atributos considerados. Esta identificação dos pontos fortes e fracos é importante na hora de encetar melhorias.

Os resultados obtidos permitem retirar conclusões e recomendações relevantes para os alojamentos rurais em estudo.

2- Objectivos e metodologia

Atendendo ao exposto anteriormente, temos como objectivo principal a análise do Gap 6, proposto por Lewis (1987) nos alojamentos rurais da Extremadura e do Alentejo. Tal justifica-se não só por ainda não ter sido aplicado à área do turismo rural, em duas regiões, como por considerarmos importante conhecer se os clientes e a direcção dos alojamentos rurais têm ou não a mesma perspectiva sobre os diferentes itens constitutivos da escala RURALQUAL em duas regiões da Península Ibérica.

No sentido de alcançar tal objectivo temos de estabelecer, em primeiro lugar, a fiabilidade e a validade da escala RURALQUAL de 22 itens completada mediante uma escala Likert que oscila de 1 (em completo desacordo) a 5 (em completo acordo). Para o efeito consideramos os valores provenientes da amostra de clientes. Em seguida passa-se à análise do Gap 6.

A escala RURALQUAL, da qualidade percebida, parte da escala SERVQUAL, de vinte e dois itens, desenvolvida por Parasuraman *et al.* (1985, p.42-47; 1988, p.14-20; 1991, p.422-430), da escala SERVPERF, pois considera apenas o desempenho, e da escala modificada de Ruiz, Vázquez e Díaz (1995, p.19-25). Saliente-se, no entanto, que esta escala, tabela-1, destina-se a ser aplicada ao contexto rural de dois países, Espanha e Portugal, pelo que foi formulada tendo em atenção esse facto (ainda, encontra-se redigida em castelhano, português e inglês, tendo-se pedido a especialistas para manterem o significado do conteúdo equivalente). Assim, a escala RURALQUAL apresenta validade de conteúdo.

No que diz respeito à fiabilidade e à validade de predição da escala, a primeira foi analisada por determinação do coeficiente alfa de Cronbach e a segunda recorrendo à análise factorial e a um questionário sobre a Satisfação dos clientes, cuja a classificação foi atribuída de acordo com uma escala Likert de 5 pon-

Tabela 1- Itens da escala RURALQUAL.

RQ1-As instalações físicas do alojamento rural encontram-se em bom estado.
RQ2-As instalações físicas e os quartos do alojamento rural têm mobiliário confortável.
RQ3-O alojamento rural está bem climatizado.
RQ4-As instalações físicas e os quartos do alojamento rural estão limpas.
RQ5-As refeições do alojamento rural são bem apresentadas e são saborosas.
RQ6-Os empregados do alojamento rural têm um aspecto limpo e asseado.
RQ7-Os clientes do alojamento rural são tratados de modo cordial e afável.
RQ8-A cada cliente é dispensada uma atenção personalizada.
RQ9-Os empregados do alojamento rural conhecem as funções que desempenham.
RQ10-Os clientes do alojamento rural são integrados no modo de vida rural da região.
RQ11-O alojamento rural enquadra-se arquitectonicamente na região.
RQ12-Existem materiais e objectos da tradição local na decoração.
RQ13-O acesso ao alojamento rural é fácil.
RQ14-O alojamento rural oferece facilidade de estacionamento.
RQ15-O alojamento rural situa-se num local de grande beleza natural.
RQ16-O local onde se situa o alojamento rural é tranquilo.
RQ17-O alojamento rural inclui na sua ementa a gastronomia típica da região.
RQ18-Facilita-se o acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas.
RQ19-Na região envolvente do alojamento rural existem feiras, festas singulares e outros aspectos de interesse cultural.
RQ20-Os horários de chegada estão estabelecidos mas são bastante flexíveis.
RQ21-As reservas de quartos realizam-se facilmente.
RQ22-As reservas confirmam-se pelo meio que melhor convir ao cliente, remetendo-se igualmente outras informações de interesse (ex: plano de acesso).

tos à semelhança da utilizada para a escala RURALQUAL (ver anexo).

A tabela-2 mostra-nos que a fiabilidade ou consistência interna da escala associada a cada uma das amostras é boa e muito boa, consoante se trata da Extremadura ou do Alentejo. Contudo, a eliminação do item RQ13 melhora a consistência interna, tanto para a Extremadura, como para o Alentejo, o que indica que este nosso instrumento pode ser melhorado em investigações futuras.

Tabela-2 Fiabilidade do RURALQUAL.

Escala RURALQUAL	Alfa de Cronbach
Extremadura	0,830
Alentejo	0,924

A análise factorial exploratória, de componentes principais, permite verificar a validade factorial. O KMO e o teste de esfericidade de Bartlett mostram que existe uma média e boa correlação entre as variáveis para a Extremadura e o Alentejo, respectivamente, o que possibilita a realização da análise

factorial (ver tabela-3). Com a amostra da Extremadura os factores retidos explicam 68,980% da variância total e com a do Alentejo 70,628%. Para validar a análise factorial exploratória seleccionaram-se aleatoriamente duas sub-amostras derivadas da amostra inicial da Extremadura e outras duas da amostra do Alentejo. Uma vez que as comunicações das sub-amostras apresentam valores próximos dos da amostra inicial, para as duas regiões; a variância total explicada é igualmente próxima da das amostras iniciais e os pesos que correlacionam as variáveis de cada item com os factores após a rotação Varimax aproximam-se bastante entre si, no que concerne às variáveis com ponderação significativa em cada um dos factores, podemos aceitar a validade da análise factorial.

Tabela-3 KMO e teste de Bartlett.

RURALQUAL	Extremadura	Alentejo
Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de Adequação da amostra	0,66	0,87
Teste de Esfericidade de Bartlett	3817,342	4944,264
Aproximação Q ² (Significância)	(0,000)	(0,000)

O coeficiente de correlação entre a escala RURALQUAL e a Satisfação, tabela-4, das amostras para as duas regiões demonstra que existe uma boa correlação e positiva, o que indica que a escala RURALQUAL apresenta validade de predição, isto é, os clientes que atribuem classificações mais elevadas à qualidade percebida tendem também a considerar avaliações mais elevadas de satisfação, por outro lado, a baixas classificações de qualidade percebida correspondem igualmente baixas classificações de satisfação.

Tabela-4 Coeficiente de correlação entre RURALQUAL e Satisfação.

Extremadura	0,850 (significativa a p < 0,01)
Alentejo	0,857 (significativa a p < 0,01)

Contudo, com o propósito de determinar a importância relativa dos factores ou dimensões da qualidade obtidos por análise factorial e assim dar um melhor contributo para avaliar a validade de predição, realizou-se uma análise de regressão. Para tal considerou-se como variáveis independentes (predictoras) as pontuações médias nos factores da qualidade e como variável dependente (critério) as pontuações médias de Satisfação.

Tabela-5 Validez predictiva da escala RURALQUAL.

Coeficiente dos factores na equação de regressão					
	Coeficientes não estandardizados		Coeficientes estandardizados	Estatísticas de Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta	T (sig.)	Tolerância VIF
Amostra Extremadura					
(Constante)	-1,583	0,159	-	-9,969 (0,000)	-
Factor 1	0,548	0,031	0,489	17,518 (0,000)	0,623 1,605
Factor 2	0,080	0,026	0,075	3,044 (0,003)	0,805 1,242
Factor 3	0,364	0,039	0,268	9,389 (0,000)	0,593 1,685
Factor 4	0,101	0,020	0,123	5,012 (0,000)	0,870 1,240
Factor 5	0,307	0,026	0,304	11,890 (0,000)	0,740 1,352
Factor 6	-0,072	0,02	-0,082	-3,504 (0,001)	0,877 1,140
Amostra Alentejo					
(Constante)	-1,447	0,132	-	-10,934 (0,000)	-
Factor 1	0,597	0,039	0,486	15,142 (0,000)	0,511 1,956
Factor 2	0,190	0,035	0,168	5,500 (0,000)	0,566 1,767
Factor 3	0,080	0,031	0,079	2,598 (0,000)	0,570 1,755
Factor 4	0,117	0,027	0,125	4,429 (0,000)	0,658 1,519
Factor 5	0,304	0,034	0,278	8,933 (0,000)	0,545 1,834

Com a amostra da Extremadura verificamos que o conjunto das 6 dimensões da qualidade explicam 83,7% da variância das pontuações da Satisfação. A tabela-5 permite constatar que essas dimensões predizem de modo significativo a variância da Satisfação. No entanto, podemos afirmar que o peso do 6º factor (-0,082) é marginal.

O conjunto das 5 dimensões da qualidade, obtidas através da amostra do Alentejo, explicam 82,8% da variância da Satisfação. A tabela-5 evidencia que essas dimensões predizem de modo significativo a variância da Satisfação.

Como podemos observar mediante os valores das estatísticas de colinearidade, tanto os valores de tolerância (acima de 0,1), como os de VIF (abaixo de 10) revelam a inexistência de multicolinearidade.

No que concerne ao estudo propriamente dito, a informação foi recolhida através de entrevistas pessoais com os proprietários e responsáveis pelos alojamentos rurais, aleatoriamente seleccionados, nas duas regiões. A estes proprietários foi pedido que se colocassem no lugar dos seus clientes e classificassem os itens, da escala RURALQUAL, relativamente às percepções sobre a qualidade do serviço prestado. As características do estudo da oferta encontram-se na tabela-6.

Os proprietários comprometeram-se em solicitar aos seus clientes que colaborassem com o nosso estudo e em remeter os questionários, devidamente preenchidos, num envelope franqueado. Criou-se igualmente um questionário on-line para os clientes que o desejassem poderem completá-lo nas suas residências.

Tabela-6 Características do estudo da oferta.

Características	Extremadura	Alentejo
Nº de proprietário ou responsáveis entrevistado	49	36
Amostragem	Amostragem aleatória estratificada por zonas e proporcional ao tipo ou modalidade de alojamentos existente em cada zona geográfica.	
Proporção de modalidades de alojamentos rurais onde se efectuou o estudo	Casa rural: 67,4% Apart. Rural: 22,4% Hotel Rural: 10,2%	Agro-turismo: 38,9% Turismo Rural: 36,1% Casas de Campo: 13,9% Tur. Habitação: 11,1%
Trabalho de campo	15 de Dezembro de 2004 a 15 de Junho de 2005	

Tabela-7 Características da amostra de clientes.

Características	Extremadura	Alentejo
Género	Masculino: 52,9% Feminino: 47,1%	Masculino: 50,4% Feminino: 49,6%
Idade	< 21 anos: 2,6% 21-30 anos: 18,6% 31-40 anos: 31,7% 41-50 anos: 35,2% 51-60 anos: 9,3% > 60 anos: 2,6%	< 21 anos: 1,5% 21-30 anos: 9,9% 31-40 anos: 33,7% 41-50 anos: 28,7% 51-60 anos: 20,9% > 60 anos: 5,4%
País de origem	Espanha: 94,2% Portugal: 3,2% Reino Unido: 1,5% E.U.A.: 0,6% Holanda: 0,6%	Portugal: 93,1% Reino Unido: 1,5% E.U.A.: 1,5% Alemanha: 1,2% Canadá: 0,9% França: 0,6% Noruega: 0,6% Japão: 0,3% Espanha: 0,3%

As principais características da amostra de clientes figura na tabela-7. Como se pode verificar a proporção de espanhóis, na amostra da Extremadura, e a de portugueses, na do Alentejo, é superior à das restantes nacionalidades, o que indica uma preponderância de turistas nacionais face aos estrangeiros. A distribuição de idades mostra o predomínio das faixas etárias entre os 31 e os 50 anos. Estes dados estão concordantes com a informação, sobre turismo rural, obtida através dos Institutos Nacionais de Estatística dos dois países.

A pesquisa efectuada teve em atenção a oferta de alojamentos rurais nas regiões dos dois países, assim como a sua distribuição por modalidade, de modo a garantir a representatividade estatística dos resultados. A ficha técnica pode ser observada mediante a tabela-8.

Tabela-8 Ficha técnica do estudo da procura.

Universo	Turistas, com mais de 18 anos, que se alojaram em alojamentos rurais da Extremadura e do Alentejo		
Âmbito geográfico	Extremadura (Espanha) e Alentejo (Portugal)		
Dimensão da Amostra	Extremadura = 344 questionários válidos Alentejo = 335 questionários válidos		
Erro amostral	Extremadura: 5,3% Alentejo: 5,4%		
Nível de confiança	95%	$z = 1,96$	$p = q = 0,5$
Amostragem	Aleatória estratificada por zonas e proporcional ao tipo ou modalidade de alojamentos existentes em cada zona geográfica		
Trabalho de campo	15 de Dezembro de 2004 a 15 de Junho de 2005		

3-Resultados

Com o intuito de conhecer melhor a discrepância entre as percepções dos clientes e a dos proprietários dos alojamentos acerca do serviço prestado, calculámos o teste t para a igualdade da média de amostras independentes, cujas hipóteses são:

$$H_0: \mu_{\text{Clientes}} = \mu_{\text{Proprietários}}$$

$$H_a: \mu_{\text{Clientes}} \neq \mu_{\text{Proprietários}}$$

Os testes t para amostras emparelhadas são igualmente realizados para comparar a média de cada item do RURALQUAL com a média global.

Os resultados e as interpretações dos mesmos são apresentados em seguida.

3.1-Comparação oferta e procura na Extremadura

De acordo com o Teorema do Limite Central (Guimarães *et al.*, 1998, p.240; Reis *et al.*, 1999, p.57) e dada a grande

dimensão da amostra da procura na Extremadura (344) podemos afirmar que cada variável dos itens do RURALQUAL segue distribuição aproximadamente normal. A correlação entre cada item e a média global simples é estatisticamente significativa pelo que prosseguiu-se com o teste t para amostras emparelhadas.

A tabela-9 confirma que os valores atribuídos pelos clientes são, em média, estatisticamente inferiores aos da média global, para os seguintes oito itens: RQ5, RQ8, RQ9, RQ10, RQ13, RQ17, RQ18 e RQ19. No caso dos itens RQ3 e RQ4, a diferença entre a média de cada um e a média global não é estatisticamente significativa. No que concerne aos restantes itens, ao considerarmos um erro de tipo um igual a 0,05, a média de cada um é estatisticamente superior à média global. O mesmo sucede quando se considera um erro de tipo I igual a 0,01, com excepção do item RQ12. A média deste último não difere significativamente da média global, para um erro de tipo I igual a 0,01.

Do lado da oferta, os itens seguintes têm média significativamente superior à média global: RQ3, RQ4, RQ7, RQ8, RQ12, RQ16, RQ20 e RQ21. Sem embargo, do lado da procura reconhece-se alguns desses mesmos itens com média estatisticamente superior à global e acrescentam-se outros. Neste intento, os clientes dos alojamentos rurais da Extremadura, em média, valorizaram mais:

- O bom estado das instalações;
- O conforto do mobiliário das instalações e dos quartos;
- A boa aclimação do alojamento;
- A limpeza das instalações físicas e dos quartos;
- O aspecto limpo e asseado dos empregados;
- O modo cordial e afável com que são tratados;
- O enquadramento arquitectónico do alojamento na região;
- A tranquilidade do lugar;
- Os horários de chegada bem estabelecidos mas flexíveis;
- As reservas fáceis; e
- A confirmação das reservas pelo meio que lhes é mais cómodo, remetendo outras informações de interesse.

As classificações mais baixas, em média, foram atribuídas pelos clientes:

- À boa apresentação e sabor das refeições;
- À atenção personalizada dispensada a cada cliente;
- Ao conhecimento, por parte dos empregados do alojamento rural, das funções que desempenham;
- À integração no modo de vida rural;
- À facilidade de acesso ao alojamento;
- À inclusão da gastronomia típica da região na ementa;
- À facilidade de acesso a actividades culturais, recrea-

tivas e/ou desportivas;
– À existência de feiras, festas singulares e outros aspectos de interesse cultural.

Tabela-9 Qualidade do serviço, do lado do cliente, nos alojamentos rurais da Extremadura: teste t para amostras emparelhadas.

Par	Diferença da média	Intervalo de confiança para a diferença (95%)	Teste t (significância do teste)
1º) RQ1,média global	0,440	(0,38;0,50)	15,274 (0,000)
2º) RQ2,média global	0,239	(0,18;0,30)	7,863 (0,000)
3º) RQ3,média global	0,245	(0,17;0,32)	6,703 (0,000)
4º) RQ4,média global	0,309	(0,24;0,38)	9,143 (0,000)
5º) RQ5,média global	-0,720	(-0,81;-0,63)	-14,994 (0,000)
6º) RQ6,média global	0,045	(-0,03;0,11)	1,243 (0,215)
7º) RQ7,média global	0,425	(0,36;0,49)	13,656 (0,000)
8º) RQ8,média global	-0,162	(-0,26;-0,06)	-3,228 (0,001)
9º) RQ9,média global	-0,107	(-0,17;-0,04)	-3,141 (0,002)
10º) RQ10,média global	-0,548	(-0,65;-0,45)	-10,899 (0,000)
11º) RQ11,média global	0,233	(0,14;0,33)	4,684 (0,000)
12º) RQ12,média global	0,088	(0,01;0,17)	2,203 (0,028)
13º) RQ13,média global	-0,197	(-0,32;-0,07)	-3,108 (0,002)
14º) RQ14,média global	0,030	(-0,08;0,14)	0,551 (0,582)
15º) RQ15,média global	-0,101	(-0,22;0,01)	-1,724 (0,086)
16º) RQ16,média global	0,219	(0,13;0,31)	4,796 (0,000)
17º) RQ17,média global	-0,772	(-0,87;-0,68)	-16,185 (0,000)
18º) RQ18,média global	-0,668	(-0,78;-0,55)	-11,442 (0,000)
19º) RQ19,média global	-0,232	(-0,33;-0,13)	-4,624 (0,000)
20º) RQ20,média global	0,303	(0,20;0,40)	6,000 (0,000)
21º) RQ21,média global	0,574	(0,50;0,60)	15,926 (0,000)
22º) RQ22,média global	0,289	(0,23;0,35)	9,262 (0,000)

Nas tabela 10 e 11 figuram as diferenças entre as percepções da qualidade do serviço dos clientes e dos proprietários, assim como os testes realizados.

Através do tabela-11 podemos certificar que para 63,6% dos itens do RURALQUAL não se admite estatisticamente a igualdade das variâncias das populações dos clientes e dos proprietários. A hipótese nula da igualdade das variâncias verifica-se para os itens: RQ1, RQ5, RQ9, RQ15, RQ17, RQ18, RQ19 e RQ22.

Se considerarmos 5% a probabilidade de rejeitar a hipótese da igualdade das médias das populações dos clientes e dos proprietários sabendo que esta é verdadeira, então aceitamos que as diferenças das médias para os itens RQ1, RQ15 e RQ22 não são estatisticamente significativas. Todavia, ao estreitarmos para 0,01 o valor da probabilidade do erro de tipo I, temos de aceitar que a diferença entre as médias, para o item RQ14, não é estatisticamente significativas.

Tabela-10 Qualidade do serviço nos alojamentos da Extremadura: Gap 6.

Itens	Pc	Pe	Gap 6
RQ1-As instalações físicas do alojamento rural encontram-se em bom estado.	4,61	4,65	-0,040
RQ2-As instalações físicas e os quartos do alojamento rural têm mobiliário confortável.	4,41	4,69	-0,281
RQ3-O alojamento rural está bem climatizado.	4,42	4,76	-0,336
RQ4-As instalações físicas e os quartos do alojamento rural estão limpas.	4,48	4,92	-0,436
RQ5-As refeições do alojamento rural são bem apresentadas e são saborosas.	4,45	4,27	-0,812
RQ6-Os empregados do alojamento rural têm um aspecto limpo e asseado.	4,28	4,63	-0,348
RQ7-Os clientes do alojamento rural são tratados de modo cordial e afável.	4,60	4,92	-0,320
RQ8-A cada cliente é dispensada uma atenção personalizada.	4,01	4,84	-0,825
RQ9-Os empregados do alojamento rural conhecem as funções que desempenham.	4,07	4,63	-0,566
RQ10-Os clientes do alojamento rural são integrados no modo de vida rural da região.	3,63	4,10	-0,477
RQ11-O alojamento rural enquadra-se arquitectonicamente na região.	4,41	4,73	-0,328
RQ12-Existem materiais e objectos da tradição local na decoração.	4,26	4,82	-0,555
RQ13-O acesso ao alojamento rural é fácil.	3,98	4,45	-0,472
RQ14-O alojamento rural oferece facilidade de estacionamento.	4,20	4,49	-0,286
RQ15-O alojamento rural situa-se num local de grande beleza natural.	4,07	4,43	-0,356
RQ16-O local onde se situa o alojamento rural é tranquilo.	4,39	4,82	-0,424
RQ17-O alojamento rural inclui na sua ementa a gastronomia típica da região.	3,40	4,06	-0,660
RQ18-Facilita-se o acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas.	3,51	4,12	-0,617
RQ19-Na região envolvente do alojamento rural existem feiras, festas singulares e outros aspectos de interesse cultural.	3,94	4,53	-0,589
RQ20-Os horários de chegada estão estabelecidos mas são bastante flexíveis.	4,48	4,82	-0,340
RQ21-As reservas de quartos realizam-se facilmente.	4,75	4,92	-0,171
RQ22-As reservas confirmam-se pelo meio que melhor convir ao cliente, remetendo-se igualmente outras informações de interesse (ex: plano de acesso).	4,46	4,49	-0,028
Média global dos itens.	4,17	4,59	-0,421

Há, portanto, uma concordância nas avaliações dos inquiridos quanto:

- Ao bom estado das instalações;
- À facilidade de estacionamento;
- À beleza natural do local; e
- À confirmação das reservas pelo meio que mais cómodo para o cliente, remetendo outras informações de interesse.

Para os restantes itens os clientes atribuem, em média, classificações mais baixas do que os proprietários. As diferenças

mais acentuadas observam-se nos itens respeitantes:

- À atenção personalizada dispensada a cada cliente;
- À apresentação e ao sabor das refeições; e
- À inclusão da gastronomia típica na ementa do alojamento.

As três diferenças menos relevantes são as referentes:

- À facilidade de realizar as reservas;
- Ao conforto do mobiliário das instalações e dos quartos;
- Ao modo cordial e afável como são tratados os clientes.

Tabela-11 Qualidade do serviço nos alojamentos da Extremadura: comparação cliente-proprietário

Itens	Teste de Levene	Teste t para a igualdade das médias		
	F (significância do teste)	t (significância do teste)	Diferença média	Intervalo de confiança para a diferença (95%)
RQ1	0,011 (0,917)	-0,411 (0,682)	0,040	(-0,23;0,15)
RQ2	18,090 (0,000)	-3,204 (0,002)	-0,281	(-0,46;-0,11)
RQ3	25,545 (0,000)	-4,491 (0,000)	-0,336	(-0,49;-0,19)
RQ4	48,946 (0,000)	-7,040 (0,000)	-0,436	(-0,56;-0,31)
RQ5	0,429 (0,513)	-5,225 (0,000)	-0,812	(-1,12;-0,51)
RQ6	10,490 (0,001)	-3,816 (0,000)	-0,348	(-0,53;-0,17)
RQ7	51,264 (0,000)	-5,927 (0,000)	-0,320	(-0,43;-0,21)
RQ8	29,294 (0,000)	-10,684 (0,000)	-0,825	(-0,98;-0,67)
RQ9	1,931 (0,165)	-4,886 (0,000)	-0,566	(-0,79;-0,34)
RQ10	29,270 (0,000)	-4,055 (0,000)	-0,477	(-0,71;-0,24)
RQ11	16,374 (0,000)	-2,887 (0,005)	-0,328	(-0,55;-0,10)
RQ12	28,928 (0,000)	-7,367 (0,000)	-0,555	(-0,70;-0,41)
RQ13	11,946 (0,001)	-3,914 (0,000)	-0,472	(-0,71;-0,23)
RQ14	8,192 (0,004)	-2,109 (0,038)	-0,286	(-0,56;-0,02)
RQ15	0,993 (0,320)	-1,915 (0,056)	-0,356	(-0,72;0,01)
RQ16	28,499 (0,000)	-5,278 (0,000)	-0,424	(-0,58;-0,26)
RQ17	0,533 (0,466)	-4,204 (0,000)	-0,660	(-0,97;-0,35)
RQ18	0,487 (0,486)	-3,295 (0,001)	-0,617	(-0,98;-0,25)
RQ19	0,388 (0,534)	-4,394 (0,000)	-0,589	(-0,85;-0,32)
RQ20	34,165 (0,000)	-4,581 (0,000)	-0,340	(-0,49;-0,19)
RQ21	13,448 (0,000)	-3,213 (0,002)	-0,171	(-0,28;-0,07)
RQ22	0,140 (0,708)	-0,247 (0,805)	-0,028	(-0,25;0,19)
Média	9,502 (0,002)	-7,952 (0,000)	-0,421	(-0,53;-0,32)

O valor global do Gap6, -0,421, isto é, a diferença das médias entre as percepções dos clientes e a dos proprietários é negativa e estatisticamente significativo. Daqui depreendemos que os proprietários dos alojamentos rurais da Extremadura são demasiado optimistas em relação ao serviço que oferecem, uma vez que na opinião dos clientes a qualidade do serviço percebida é inferior à que os proprietários julgam oferecer.

Em seguida procuramos efectuar o mesmo tipo de análise para a região do Alentejo.

3.2-Comparação oferta e procura no Alentejo

Tendo em conta a grande dimensão da amostra da procura no Alentejo (335) podemos afirmar que cada variável dos itens do RURALQUAL segue distribuição aproximadamente normal. A correlação entre cada item e a média global simples é estatisticamente significativa pelo que procedeu-se ao teste t para amostras emparelhadas.

A tabela-12 mostra-nos que os valores atribuídos pelos clientes são, em média, estatisticamente inferiores aos da média global, para os seguintes sete itens: RQ10, RQ13, RQ14, RQ15, RQ17, RQ18 e RQ19. No caso dos itens RQ12 e RQ22, a diferença entre a média de cada um e a média global não é estatisticamente significativa. No que concerne aos restantes itens, ao considerarmos um erro de tipo um igual a 0,05, a média de cada um é estatisticamente superior à média global. O mesmo sucede quando se considera um erro de tipo I igual a 0,01, com excepção do item RQ9. A média deste último não difere significativamente da média global, para um erro de tipo I igual a 0,01.

A análise do lado da oferta demonstrou que as avaliações médias aos itens RQ4, RQ6, RQ7 e RQ11 são superiores à média global. Do lado da procura, além dos itens já considerados pela oferta, temos ainda de reconhecer com sendo superiores à média global, as avaliações médias dos itens RQ1, RQ2, RQ5, RQ8, RQ16, RQ20 e RQ21. Por outras palavras, os clientes dos alojamentos no espaço rural do Alentejo, em média, valorizaram mais:

- O bom estado das instalações;
- O conforto do mobiliário das instalações e dos quartos;
- A limpeza das instalações físicas e dos quartos;
- A apresentação e o sabor das refeições;
- O aspecto limpo e asseado dos empregados;
- O modo cordial e afável com que são tratados;
- A atenção personalizada;
- O enquadramento arquitectónico do alojamento na região;
- A tranquilidade do lugar;
- Os horários de chegada bem estabelecidos mas flexíveis; e
- As reservas fáceis.

Por outro lado, os clientes dos alojamentos no espaço rural do Alentejo, em média, atribuíram classificações mais baixas:

- À integração no modo de vida rural da região;
- À facilidade de acesso ao alojamento;

- À facilidade de estacionamento;
- À beleza natural do alojamento;
- À inclusão de gastronomia típica no menu do alojamento;
- À facilidade de acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas; e
- À existência de feiras, festas singulares e outros aspectos de interesse cultural.

Tabela-12 Qualidade do serviço, do lado do cliente, nos alojamentos rurais do Alentejo: teste t para amostras emparelhadas.

Par	Diferença da média	Intervalo de confiança para a diferença (95%)	Teste t (significância do teste)
1º) RQ1, média global	0,241	(0,18;0,30)	7,853 (0,000)
2º) RQ2, média global	0,200	(0,14;0,26)	6,874 (0,000)
3º) RQ3, média global	0,003	(-0,09;0,09)	0,055 (0,956)
4º) RQ4, média global	0,450	(0,39;0,51)	15,417 (0,000)
5º) RQ5, média global	0,101	(0,03;0,17)	3,005 (0,003)
6º) RQ6, média global	0,125	(0,05;0,20)	3,311 (0,001)
7º) RQ7, média global	0,441	(0,37;0,52)	11,690 (0,000)
8º) RQ8, média global	0,137	(0,06;0,22)	3,305 (0,001)
9º) RQ9, média global	0,071	(0,01;0,13)	2,324 (0,021)
10º) RQ10, média global	-0,436	(-0,53;-0,34)	-9,327 (0,000)
11º) RQ11, média global	0,412	(0,35;0,47)	14,040 (0,000)
12º) RQ12, média global	0,044	(-0,05;0,14)	0,915 (0,361)
13º) RQ13, média global	-0,636	(-0,76;-0,52)	-10,504 (0,000)
14º) RQ14, média global	-0,275	(-0,40;-0,15)	-4,372 (0,000)
15º) RQ15, média global	-0,463	(-0,55;-0,38)	-10,469 (0,000)
16º) RQ16, média global	0,412	(0,34;0,49)	10,842 (0,000)
17º) RQ17, média global	-0,302	(-0,40;-0,21)	-6,200 (0,000)
18º) RQ18, média global	-0,630	(-0,73;-0,53)	-12,818 (0,000)
19º) RQ19, média global	-0,329	(-0,41;-0,25)	-8,178 (0,000)
20º) RQ20, média global	0,223	(0,15;0,30)	5,881 (0,000)
21º) RQ21, média global	0,274	(0,19;0,36)	6,547 (0,000)
22º) RQ22, média global	-0,063	(-0,14;0,01)	-1,657 (0,098)

As diferenças entre as percepções da qualidade do serviço dos clientes e dos proprietários são apresentadas nas tabelas 13 e 14.

Mediante a tabela-13 podemos averiguar que para 59,1% dos itens do RURALQUAL não se admite estatisticamente a igualdade das variâncias das populações dos clientes e dos proprietários. A hipótese nula da igualdade das variâncias verifica-se para os itens: RQ1, RQ3, RQ5, RQ9, RQ18, RQ19, RQ20, RQ21 e RQ22.

Se considerarmos 5% a probabilidade de rejeitar a hipótese da igualdade das médias das populações dos clientes e dos proprietários, sabendo que esta é verdadeira, então aceitamos que todas as diferenças das médias são estatisticamente significativas. Sem embargo, ao estreitarmos para 0,01 o valor da

probabilidade do erro de tipo I, temos de aceitar que as diferenças entre as médias, para os itens RQ3 e RQ21, não são estatisticamente significativas. Há uma concordância nas avaliações dos inquiridos quanto à aclimação dos alojamentos e à facilidade de realizar reservas.

Tabela-13 Qualidade do serviço nos alojamentos do Alentejo : Gap 6.

Itens	Pc	Pe	Gap 6
RQ1-As instalações físicas do alojamento rural encontram-se em bom estado.	4,16	4,61	-0,450
RQ2-As instalações físicas e os quartos do alojamento rural têm mobiliário confortável.	4,12	4,67	-0,547
RQ3-O alojamento rural está bem climatizado.	3,92	4,33	-0,411
RQ4-As instalações físicas e os quartos do alojamento rural estão limpas.	4,37	4,81	-0,435
RQ5-As refeições do alojamento rural são bem apresentadas e são saborosas.	4,02	4,61	-0,590
RQ6-Os empregados do alojamento rural têm um aspecto limpo e aseado.	4,04	4,69	-0,650
RQ7-Os clientes do alojamento rural são tratados de modo cordial e afável.	4,36	4,86	-0,500
RQ8-A cada cliente é dispensada uma atenção personalizada.	4,06	4,64	-0,582
RQ9-Os empregados do alojamento rural conhecem as funções que desempenham.	3,99	4,64	-0,648
RQ10-Os clientes do alojamento rural são integrados no modo de vida rural da região.	3,48	4,00	-0,516
RQ11-O alojamento rural enquadra-se arquitectonicamente na região.	4,33	4,72	-0,391
RQ12-Existem materiais e objectos da tradição local na decoração.	3,96	4,58	-0,619
RQ13-O acesso ao alojamento rural é fácil.	3,28	4,33	-1,050
RQ14-O alojamento rural oferece facilidade de estacionamento.	3,64	4,56	-0,911
RQ15-O alojamento rural situa-se num local de grande beleza natural.	3,46	4,22	-0,766
RQ16-O local onde se situa o alojamento rural é tranquilo.	4,33	4,64	-0,308
RQ17-O alojamento rural inclui na sua ementa a gastronomia típica da região.	3,62	4,36	-0,743
RQ18-Facilita-se o acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas.	3,29	4,17	-0,877
RQ19-Na região envolvente do alojamento rural existem feiras, festas singulares e outros aspectos de interesse cultural.	3,59	4,25	-0,659
RQ20-Os horários de chegada estão estabelecidos mas são bastante flexíveis.	4,14	4,61	-0,468
RQ21-As reservas de quartos realizam-se facilmente.	4,19	4,58	-0,389
RQ22-As reservas confirmam-se pelo meio que melhor convir ao cliente, remetendo-se igualmente outras informações de interesse (ex: plano de acesso).	3,86	4,42	-0,560
Média global dos itens.	3,92	4,51	-0,594

Para os restantes itens, as diferenças mais acentuadas observam-se em:

- À facilidade de acesso ao alojamento;
- À facilidade de estacionamento; e
- À facilidade de acesso a actividades culturais, recrea-

tivas e/ou desportivas.

As três diferenças menos relevantes são as referentes:

- À tranquilidade do lugar;
- Ao enquadramento arquitectónico do alojamento no estilo da região; e
- À limpeza das instalações e dos quartos.

O valor global do Gap6, -0,594, o qual traduz a diferença das médias entre as percepções dos clientes e a dos proprietários é negativo e estatisticamente significativo. Daqui depreendemos que os proprietários dos alojamentos no espaço rural do Alentejo são demasiado optimistas em relação ao serviço que oferecem, já que na opinião dos clientes a qualidade do serviço percebida é inferior à que os proprietário julgam oferecer.

Tabela-14 Qualidade do serviço nos alojamentos do Alentejo : comparação cliente-proprietário.

Itens	Teste de Levene	Teste t para a igualdade das médias		
	F (significância do teste)	t (significância do teste)	Diferença média	Intervalo de confiança para a diferença (95%)
RQ1	0,011 (0,917)	1,879 (0,171)	-0,450	(-0,71;-0,19)
RQ2	18,090 (0,000)	4,198 (0,041)	-0,547	(-0,76;-0,33)
RQ3	25,545 (0,000)	0,536 (0,465)	-0,411	(-0,77;-0,05)
RQ4	48,946 (0,000)	25,698 (0,000)	-0,435	(-0,59;-0,28)
RQ5	0,429 (0,513)	3,374 (0,067)	-0,590	(-0,90;-0,28)
RQ6	10,490 (0,001)	4,554 (0,034)	-0,650	(-0,85;-0,45)
RQ7	51,264 (0,000)	28,161 (0,000)	-0,500	(-0,65;-0,35)
RQ8	29,294 (0,000)	7,144 (0,008)	-0,582	(-0,77;-0,39)
RQ9	1,931 (0,165)	1,859 (0,174)	-0,648	(-0,92;-0,38)
RQ10	29,270 (0,000)	4,431 (0,036)	-0,516	(-0,88;-0,15)
RQ11	16,374 (0,000)	7,521 (0,006)	-0,391	(-0,58;-0,20)
RQ12	28,928 (0,000)	4,696 (0,031)	-0,619	(-0,89;-0,35)
RQ13	11,946 (0,001)	11,631 (0,001)	-1,050	(-1,38;-0,72)
RQ14	8,192 (0,004)	12,938 (0,000)	-0,911	(-1,20;-0,62)
RQ15	0,993 (0,320)	4,965 (0,026)	-0,766	(-1,10;-0,43)
RQ16	28,499 (0,000)	9,394 (0,002)	-0,308	(-0,53;-0,09)
RQ17	0,533 (0,466)	4,666 (0,031)	-0,743	(-1,07;-0,42)
RQ18	0,487 (0,486)	2,591 (0,108)	-0,877	(-1,27;-0,48)
RQ19	0,388 (0,534)	3,828 (0,051)	-0,659	(-0,97;-0,35)
RQ20	34,165 (0,000)	1,379 (0,241)	-0,468	(-0,78;-0,15)
RQ21	13,448 (0,000)	1,583 (0,209)	-0,389	(-0,69;-0,08)
RQ22	0,140 (0,708)	2,202 (0,139)	-0,560	(-0,88;-0,24)
Média	9,502 (0,002)	11,397 (0,001)	-0,594	(-0,72;-0,47)

4- Conclusões e implicações do estudo

O nosso estudo permitiu aplicar o instrumento RURALQUAL à análise do Gap 6 em alojamentos rurais da Extremadura e do Alentejo.

No que concerne à escala RURALQUAL, esta apresenta, como vimos, boa e muito boa consistência interna ou fiabilidade, consoante se trata da amostra da Extremadura ou do Alentejo, e validade de predição, possibilitando a identificação de pontos fortes e fracos na prestação do serviço. Neste sentido, dos vinte e dois itens avaliados pelos proprietários dos alojamentos rurais das duas regiões, apenas em três as diferenças são, em média, significativas ($p < 0,05$). Efectivamente, os proprietários da região da Extremadura atribuem classificação mais elevada a:

- O alojamento rural está bem climatizado;
- A cada cliente é prestada uma atenção personalizada;
- As reservas dos quartos realizam-se facilmente.

Por seu lado, ao comparar as avaliações, aos diferentes itens da escala RURALQUAL, atribuídas pelos proprietários e pelos clientes dos alojamentos da Extremadura verifica-se que existe uma concordância nas mesmas quanto aos itens:

- Ao bom estado das instalações;
- À facilidade de estacionamento;
- À beleza natural do local; e
- À confirmação das reservas pelo meio que mais cómodo para o cliente, remetendo outras informações de interesse.

Para os restantes itens os clientes atribuem, em média, classificações mais baixas do que os proprietários. As diferenças mais acentuadas observam-se nos itens respeitantes:

- À atenção personalizada dispensada a cada cliente;
- À apresentação e ao sabor das refeições;
- À inclusão da gastronomia típica na ementa do alojamento.

O valor global do Gap6, -0,421 é negativo e estatisticamente significativa ($p < 0,05$). Daqui depreendemos que os proprietários dos alojamentos rurais da Extremadura são demasiado optimistas em relação ao serviço que oferecem, uma vez que na opinião dos clientes a qualidade do serviço percebida é inferior à que os proprietário julgam oferecer.

No que diz respeito à região do Alentejo, há uma concordância nas avaliações dos inquiridos quanto à aclimação dos alojamentos e à facilidade de realizar reservas. Todavia, para os restantes itens as diferenças mais acentuadas observam-se em:

- À facilidade de acesso ao alojamento;
- À facilidade de estacionamento; e
- À facilidade de acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas.

O valor global do Gap6, -0,594 é também negativo e estatisticamente significativo ($p < 0,05$). Assim, os proprietários dos alojamentos no espaço rural do Alentejo são demasiado

optimistas em relação ao serviço que oferecem, tal como sucede com os da Extremadura.

O nosso estudo revela ainda que existe uma coincidência na maioria dos itens que apresentam classificações mais elevadas, por parte dos clientes das duas regiões. Estes itens concordantes são:

- O bom estado das instalações;
- O conforto do mobiliário das instalações e dos quartos;
- A limpeza das instalações físicas e dos quartos;
- O aspecto limpo e asseado dos empregados;
- O modo cordial e afável com que são tratados;
- O enquadramento arquitectónico do alojamento na região;
- A tranquilidade do lugar;
- Os horários de chegada bem estabelecidos mas flexíveis; e
- As reservas fáceis.

As diferenças encontram-se em quatro itens, isto é, os clientes da Extremadura atribuem classificações mais elevadas à aclimação do alojamento e à confirmação das reservas, pelo meio mais cómodo, e os do Alentejo à atenção personalizada e à apresentação e ao sabor da refeição.

Recomendação aos gestores

Como vimos há um excessivo optimismo, por parte dos proprietários, em relação ao serviço que oferecem. Em termos globais, na região da Extremadura deveria haver um maior cuidado quanto à inclusão de gastronomia típica na ementa; em alguns alojamentos preocupação com a apresentação e sabor das refeições; uma atenção mais personalizada aos clientes e; facilitar mais o acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas. Na região do Alentejo como pontos mais fracos temos a dificuldade de acesso a alguns alojamentos, devido ao mau estado do piso; a dificuldade de estacionamento em outros alojamentos; a dificuldade de acesso a actividades culturais, recreativas e/ou desportivas e; a falta de homogeneidade na aclimação das diferentes divisões dos alojamentos.

Limitações

Não podemos concluir esta investigação sem antes assinalar as limitações principais:

Aplicámos a investigação a duas regiões e não à Península Ibérica no seu todo pelo que não podemos generalizar os resultados obtidos para além da área geográfica mencionada.

Consideramos um período temporal, do trabalho de

campo, inferior a um ano de modo que a amostra pode apresentar diferenças em relação a outra recolhida noutro período temporal.

Bibliografia

- Agroportal-Turismo rural no Alentejo (2004), <http://www.agroportal.pt/Turismo/ter/alentejo.htm>
- AlentejoDigital Compadre (2004), <http://compadre.alentejodigital.pt/>
- Alexander, N. e McKenna, A. (1998), "Rural tourism in the Heart of England", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10, Nº 5, p.203-207.
- Andersson, T.; Carlsen, J. e Getz, D. (2002), "Family business goals in the tourism and hospitality sector: Cases studies and cross-case analysis from Australia, Canada, and Sweden", *Family Business Review*, Vol. 15, Nº 2, p.89-106.
- Antilgan, E.; Akinci, S. e Aksoy S. (2003), "Mapping service quality in the tourism industry", *Managing Service Quality*, Vol. 13, Nº 5, p.412-422.
- Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo AECIT (2004), <http://www.aecit.org/presentacion.htm>
- Asociación Española de Turismo Rural (2004), <http://ecoturismo.rural.com/>
- Asociacion de Turismo Rural del Valle del Jerte (2004), <http://www.vallecereza.com/principal.htm>
- Associação de Turismo de habitação (2004), <http://www.turihab.pt>
- Augustyn, M. e Ho, S. (1998), "Service Quality and Tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 37, p.71-75.
- Babakus, E. e Boller, G. W. (1992), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Business Research*, Vol. 24, p.253-268.
- Bank, J. (1992), *Gestão da Qualidade Total (The Essence of Total Quality Management)*, Mem Martins: Edições CETOP.
- Berry, L.; Parasuraman, A. e Zeithaml, V. A. (1985), "Quality Counts in Services Too", *Business Horizons*, (May-June), p.44-52.
- Bigné, J.; Martínez, C.; Miquel, M. e Andreu, L. (2003), "SERVQUAL-Reliability and Validity in Travel Agencies", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, Nº 1, p.258-262.
- Bigné, J.; Martínez, C.; Miquel, M. e Belloch, A. (1996), "La calidad de servicio en las agencias de viaje. Una adaptación de la escala SERVQUAL", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 5, Nº 2, p.7-18.
- Bowen, D. e Clarke (2002), "Reflections on tourist satisfaction research: Past, present and future", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 8, Nº 4 (September), p.297-306.
- Brady, M.; Cronin, J. e Brand, R. (2002), "Performance-only measurement of service quality: a replication and extension", *Journal of Business Research*, Vol. 55, p.17-31.
- Brogowicz, A.; Delene, L. e Lirh, D. (1990), "A Synthesised Service Quality Model with Managerial Implications", *International Journal of Service Industry Management*, Nº 1, p.27-45.
- Brown, T.J.; Churchill, G.A. Jr e Peter, J.P. (1993), "Improving the Measurement of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 69, Nº 1, p.127-139.
- Brown, S. e Swartz, T. (1989), "A Gap Analysis of Professional Service

- Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 53, Nº2 (April), p.92-98.
- Camisón (1996), "La calidad como factor de competitividad en turismo: análisis del caso español", *Información Comercial Española, Revista de Economía*, Nº 749, p.99-122.
- Candido, C. e Morris, D. (2000), "Charting Service Quality Gaps", *Total Quality Management*, Vol. 11 (July), p.4-6.
- Carman, J. M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: an Assessment of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 66, Nº1, p.33-55.
- Casino, A. (1999), "Un estudio sobre la calidad percibida en establecimientos de alojamiento turístico", *Papers de Turisme*, Nº 26, p.6-27.
- Cronin, J.; Brady, M. e Hult, G. (2000), "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments", *Journal of Retailing*, Vol. 76, Nº 2, p.193-218.
- Cronin, J. e Taylor, S. (1992), "Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56 (July), p.55-68.
- Cronin, J. e Taylor, S. (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 58, Nº1 (January), p.125-146.
- Crosby, P.B. (1980), *Quality is free*, New York: Mentor.
- Cuatrecasas, L. (1999), *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, Control y Certificación*, Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Dabholkar, P.; Shepherd, C. e Thorpe, D. (2000), "A Comprehensive Framework for Service Quality: An Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues Through a Longitudinal Study", *Journal of Retailing*, Vol. 76, Nº 2, p.139-173.
- Denton, D. K. (1991), *Calidad en el Servicio a los Clientes*, Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Díaz, A. e Vázquez, R. (1998), "La calidad del servicio percibida por los clientes y por las empresas de turismo rural", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, Vol. 2, Nº1, p.31-54.
- Ekinci, Y. e Riley, M. (1998), "A critique of the issues and theoretical assumptions in service quality measurement in the lodging industry: Time to move the goal-posts?", *International Journal of Hospitality Management*, 17, p.349-362.
- Ekinci, Y., Prokopaki, P. e Cobanoglu, C. (2003), "Service quality in Cretan accommodations: marketing strategies for the UK holiday market", *International Journal of Hospitality Management*, 22, p.47-66.
- European Commission (1999), *Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations*, Brussels.
- Falces, C.; Sierra, B.; Becerra, A. e Briñol, P. (1999), "HOTELQUAL: una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento", *Estudios Turísticos*, nº139, p.95-110.
- Federación Extremeña de Turismo Rural FEXTUR (2004), <http://www.fextur.org/>
- Fick, G.R. e Ritchie, J.R.B. (1991), "Measuring Service Quality in Travel and Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, (fall), p.2-9.
- Frochot, I. (2003), "An investigation into the influence of the benefits sought by visitors on their quality evaluation of historic houses' service provision", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 10, Nº3, p.223-239.
- Frochot, I. e Hughes, H. (2000), "HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale", *Tourism Management*, Vol. 21, p.157-167.
- Gabbie, O. e O'Neill, M. (1996), "SERVQUAL and the Northern Ireland hotel sector: a comparative analysis-part 1", *Managing Service Quality*, Vol. 6, Nº6, p.25-32.
- Gabbie, O. e O'Neill, M. (1997), "SERVQUAL and the Northern Ireland hotel sector: a comparative analysis-part 2", *Managing Service Quality*, Vol. 7, Nº1, p.43-49.
- Gamero, E. (1999), "Turismo y Calidad", em Elisa Gómez-Luengo San Román (coord.), *50 años del Turismo Español: un análisis histórico y estructural*, Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, cap. 20, p.521-539.
- Ganhão, F.N. (1992), *A Qualidade Total*, Lisboa: Edição CEDINTEC.
- Gotlieb, J.; Grewal, D. e Brown, S. (1994), "Consumer Satisfaction and Perceived Quality: Complementary or Divergent Constructs?", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 79, p.875-885.
- Grande, F.; Valejo, M. e Moya, D. (2002), "Análisis de las expectativas de la oferta y la demanda relativas a la calidad del servicio en zonas turísticas de interior: implicaciones de gestión", *Estudios Turísticos*, Nº154, p.79-112.
- Grönroos, C. (1988), "Service Quality: The six criteria of good perceived service quality", *Review of Business*, Vol. 9, Nº3, p.10-13.
- Grönroos, C. (1990), *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Lexington, MA: Lexington Books.
- Grönroos, C. (1995), "Relationship Marketing: the Strategy Continuum", *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol. 23, Nº4, p.252-254.
- Gundersen, M.; Heide, M. e Olsson, U. (1996), "Hotel Guest Satisfaction among Business Travelers: What Are the Important Factors?", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 37, Nº2 (April), p.72-81.
- Hair, J.; Anderson, R.; Tatham, R. e Black, W. (1998), *Multivariate Data Analysis*, 5ª Ed., New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Halstead, D.; Hartman, D. e Schmidt, S. (1994), "Multisource Effects on the Satisfaction Formation Process", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 22 (Spring), p.114-129.
- Iacobucci, D.; Grayson, K. e Ostrom, A. (1994), "The calculus of service quality and customer satisfaction" em Teresa Swartz, David Bowen e Stephen Brown (eds), *Advances in Services Marketing and Management Research and Practice*, Vol. 3, London: Jai Press, p.1-67.
- Iacobucci, D. e Ostrom, A. (1995), "Distinguishing Service Quality and Customer Satisfaction: The Voice of the Consumer", *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 4, Nº3, p.277-303.
- Johnson, R. L.; Tsiros, M. e Lancioni, R. A. (1995), "Measuring Service Quality: a systems approach", *Journal of Service Marketing*, Vol. 9, Nº5, p.6-19.
- Junta de Extremadura Consejería Obras Públicas y Turismo - Guía de Alojamiento Rural (2004), <http://www.turismoextremadura.com/portugues/alojamiento/home.html>
- Juwaheer, Th. e Ross, D. (2003), "A study of hotel guest perceptions in

- Mauritius", *International Journal of Contemporary Hospitality*, Vol.15, Nº2, p.105-115.
- Knutson, B.; Stevens, P.; Wullaert, C.; Patton, M. e Yokoyama, F. (1990), "The Service Scoreboard: a service quality measurement tool for the hospitality industry", *Hospitality Research Journal*, Vol.14, Nº2, p.413-420.
- Lehtinen, D. e Lehtinen, J. (1982), *Service Quality: a study of quality dimensions*, Helsinki: Service Management Institute.
- Lewis, B. R. (1993), "Service quality measurement", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 11, Nº4, p.4-12.
- Lewis, R. (1987), "The Measurement of Gaps in the Quality of Hotel Services", *Journal of Hospitality Management*, Vol.6, Nº2, p.83-88.
- López, M. e Serrano, A. (2003), "Medición de calidad de serviço en hoteles: comparación oferta y demanda", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol.12, Nº1, p.69-82.
- Martínez-Tur, V.; Caballer, A. e Tordera, N. (1996), "Evaluación de la Calidad de servicio en Hostelería", *Estudios Turísticos*, Nº 130, p.71-85.
- Martínez-Tur, V. e Martín, P. (2000), "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes: un estudio en establecimientos turísticos", *Estudios sobre Consumo*, Nº55, p.29-41.
- Maté, C.; Fernández, M. e Campos, J. (2001), "La medición de la satisfacción del cliente de hotel estado del arte y nuevas perspectivas sobre su medición", *Estudios Turísticos*, Nº147, p.23-55.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. e Berry, L. (1985), "A Conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, Vol.49 (Fall), p.41-50.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. e Berry, L. (1988), "SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol.64 (Spring), p.12-40.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. e Berry, L. (1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, Vol.67, Nº4, p.420-450.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. e Berry, L. (1994), "A Reassessment of Expectations as a Comparative Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 58 (January), p.111-124.
- Patton, M.; Stevens, P. e Knutson, B.J. (1994), "Internationalizing LODGSERV as a Measurement Tool: A Pilot Study", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol.2, Nº2, p.39-55.
- Portugal Hotel Guide (2004), <http://www.maisturismo.pt/>
- Reis, E. (2001), *Estatística Multivariada Aplicada*, 2ª ed., Lisboa: Edições Sílabo.
- Ruiz, A.V.; Vázquez, R. e Díaz, A.M. (1995), "La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural", *Papers de Turisme*, Nº 19, p.17-33.
- Roteívorá (2003), *Roteiro e Guia Comercial, Industrial e Turístico do Concelho de Évora 2003/2004*, 3ª ed., Câmara Municipal de Évora.
- Saleh, F. e Ryan, C. (1991), "Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model", *The Service Industries Journal*, Vol.11, Nº3 (July), p.324-343.
- Setó Pamies, D. (2003), "La Influencia de la Calidad de Servicio, la Imagen, la Satisfacción y la Confianza en la Fidelidad del Cliente", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, Vol.7, Nº1, p.27-55.
- Spreng, R. e Mackoy, R. (1996), "An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction", *Journal of Retailing*, Vol.72, Nº2, p.201-214.
- Tordera, N.; Martínez-Tur, V. e Caballer, A. (1995), "Dimensiones de calidad de servicio en hostelería", *Papers de Turisme*, Nº18, p.11-22.
- Wilson, S.; Fesenmaier, D.; Fesenmaier, J. e Van Es, J. (2001), "Factors for success in rural tourism development", *Journal of Travel Research*, Vol.40, Nº2, p.132-138.
- W.T.O.-World Tourism Organization (2004), <http://www.world-tourism.org>
- Zeithaml, V.; Parasuraman, A. e Berry, L. (1990), *Delivering Quality Service: balancing customer perceptions and expectations*, New York: The Free Press.

Anexo

Questionário de Satisfação

- Sat1-A estadia no alojamento rural tem sido muito satisfatória.
- Sat2-Este alojamento rural satisfaz as minhas necessidades.
- Sat3-As instalações do alojamento rural são dignas de destaque.
- Sat4-O pessoal do alojamento rural agrada-me.
- Sat5-Estou contente com as actividades culturais, desportivas e recreativas proporcionadas pelo alojamento rural e região envolvente.
- Sat6-Este alojamento rural presta-me o serviço que esperava receber.
- Sat7-O alojamento rural presta um serviço excelente.
- Sat8-Em geral, a minha experiência no alojamento rural é positiva.