



III Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas

**L U S O C O N F**  
2021

# LIVRO DE RESUMOS

## Abstracts

**Editores:**

Carlos Teixeira

Vitor Gonçalves

Paula Odete Fernandes

Carla Sofia Araújo

Alexandra Soares Rodrigues

**Ficha Técnica**

Título

---

**LUSOCONF2021**

**III Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas: livro de resumos**

Editores

---

**Carlos Teixeira**

Instituto Politécnico de Bragança

**Vitor Gonçalves**

Instituto Politécnico de Bragança

**Paula Odete Fernandes**

Instituto Politécnico de Bragança

**Carla Sofia Araújo**

Instituto Politécnico de Bragança

**Alexandra Soares Rodrigues**

Instituto Politécnico de Bragança

Capa

---

**António Meireles e Vitor Gonçalves**

Edição

---

**Instituto Politécnico de Bragança**

**Campus de Santa Apolónia**

**5300-253 Bragança**

**Portugal**

**Data de edição: outubro de 2021**

**ISBN: 978-972-745-296-5**

**Handle: <http://hdl.handle.net/10198/23578>**

**URL: [www.lusoconf.ipb.pt](http://www.lusoconf.ipb.pt)**

**Email: [lusoconf@ipb.pt](mailto:lusoconf@ipb.pt)**

## Construção de um índice de satisfação para o cliente termal

### Development of a spa customer satisfaction index

Ana Silvério<sup>1</sup>  [0000-0002-9228-0622], Jéssica Ferreira<sup>1</sup>  [0000-0002-4141-6702],  
Fernanda A. Ferreira<sup>2</sup>  [0000-0002-1335-7821], Maria José Alves<sup>3</sup>  [0000-0001-8506-4393],  
Paula Odete Fernandes<sup>1</sup>  [0000-0001-8714-4901]  
ana.silverio@ipb.pt, jessica.ferreira@ipb.pt, faf@esht.ipp.pt,  
maria.alves@ipb.pt, pof@ipb.pt

<sup>1</sup>UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal.

<sup>2</sup>Polytechnic Institute of Porto, School of Hospitality and Tourism/UNIAG/Portugal.

<sup>3</sup>CIMO, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

<sup>3</sup>Aquavalor, Portugal.

**Resumo.** O turismo de saúde e bem-estar tem sido alvo de uma procura gradual e, por esse motivo, apresenta-se como um produto turístico altamente estratégico para os destinos (Hartwell et al., 2018). À vista disso, num ambiente em que o mercado se encontra cada vez mais competitivo, a avaliação da satisfação tem como premissa ajudar os gestores a analisar o desempenho geral dos estabelecimentos termais tal como lhes permite redefinir prioridades e projetar novas estratégias de forma a interferirem positivamente na satisfação do cliente e alcançarem a sua competitividade (Campón-Cerro et al., 2020; Mi et al., 2019). Ainda, importa referir que estudar e analisar a satisfação do cliente termal considera-se perentório pelo facto de clientes satisfeitos serem mais propensos a desenvolver lealdade (Han et al., 2017; Mi et al., 2019). Neste íterim, o principal objetivo do presente estudo assentou em construir um Índice de Satisfação do Cliente Termal (ISCT) sustentado na técnica estatística de análise fatorial exploratória tendo por base o grau de satisfação dos termalistas do balneário termal de Chaves. Assim, o conhecimento das determinantes da satisfação vão permitir produzir e analisar uma mensuração de satisfação mais robusta mediante a aplicabilidade de um índice multivariado. Com efeito, procedeu-se à aplicação de um inquérito por questionário no período de 13 de julho a 17 de setembro de 2020, mediante um processo de amostragem probabilístico, no qual se recolheram 107 questionários válidos. Para responder ao principal objetivo do estudo recorreu-se a uma análise descritiva que permitiu caracterizar os inquiridos e objetivar a mensuração do nível de satisfação. Posteriormente, aplicou-se uma análise fatorial exploratória que permitiu produzir fatores de satisfação que foram o suporte para o cálculo do ISCT. Os resultados obtidos demonstraram que os fatores mais determinantes que permitem avaliar a satisfação dos inquiridos são: equipamentos, infraestruturas e equipa técnica. Estes fatores explicam 69,9% da variância total dos dados. O ISCT global apresentou um valor bastante expressivo e satisfatório, de aproximadamente 94%, o que permite referir que os termalistas manifestaram estarem muito satisfeitos. Em epitome, a metodologia permitiu apresentar ao balneário termal de Chaves qual o fator com maior necessidade de ser submetido a melhorias, a fim de gerar um crescimento significativo no índice de satisfação.

**Palavras-Chave:** Turismo de saúde e bem-estar, Termalismo, Termalistas, Índice de satisfação do cliente termal.

**Abstract.** Health and wellness tourism has been the focus of growing demand and therefore presents itself as a highly strategic tourism product for destinations (Hartwell et al., 2018). In this respect, in an environment where the market is increasingly competitive, satisfaction assessment is based on helping managers analyse the overall performance of spa establishments, just as it allows them to redefine priorities and design new strategies to positively interfere with customer satisfaction and achieve their competitiveness (Campón-Cerro et al., 2020; Mi et al., 2019). Furthermore, it should be noted that the study and analysis of spa customer satisfaction is considered imperative since satisfied customers are more likely to develop loyalty (Han et al., 2017; Mi et al., 2019). Therefore, the main objective of this study was to develop a Spa Customer Satisfaction Index (ISCT) based on the statistical technique of exploratory factor analysis, using the satisfaction level of the customers of the Chaves Thermal Spa. Hence, knowledge of the determinants of satisfaction allows us to produce and analyse a more robust measurement of satisfaction by applying a multivariate index. For this purpose, a questionnaire survey was applied. It was applied from July 13 to September 17, 2020, through a probability sampling process, in which 107 valid questionnaires were collected. To answer the main objective of the study, a descriptive analysis was used to characterise the respondents and measure their level of satisfaction. Then, exploratory factor analysis was applied to perform satisfaction factors supporting the ISCT calculation. The results showed that the most determinant factors that allow us to evaluate the satisfaction of the respondents are equipment, infrastructure, and technical team. These factors explained 69.9% of the total variance of the data. The global ISCT presented a very expressive and satisfactory value, approximately 94%, which allows us to say that thermalists were very satisfied. In summary, the methodology has allowed presenting to the Chaves Thermal Spa which factor is the most in need of improvement, in order to generate a significant increase in the satisfaction index.

**Keywords:** Health and wellness tourism, Thermalism, Thermalists, Spa customer satisfaction index.

**Agradecimentos.** Os autores agradecem à Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Portugal, pelo apoio financeiro à UNIAG (UIDB/04752/2020) através de fundos nacionais FCT/MCTES; e ao Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional através do Programa Operacional Regional Norte 2020, no âmbito do Projeto GreenHealth - Estratégias digitais baseadas em ativos biológicos para melhorar o bem-estar e promover a saúde verde, Norte-01-0145-FEDER-000042.

### Referências/References

- Campón-Cerro, A. M., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & Folgado-Fernández, J. A. (2020). Healthy water-based tourism experiences: Their contribution to quality of life, satisfaction and loyalty. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 1961.
- Han, H., Kiatkawsin, K., Kim, W., & Lee, S. (2017). Investigating customer loyalty formation for wellness spa: Individualism vs collectivism. *International Journal of Hospitality Management*, 67, 11-23.
- Hartwell, H., Fyall, A., Willis, C., Page, S., Ladkin, A., & Hemingway, A. (2018). Progress in tourism and destination wellbeing research. *Current Issues in Tourism*, 21(16), 1830-1892.

Mi, C., Chen, Y., Cheng, C. S., Uwanyirigira, J. L., & Lin, C. T. (2019). Exploring the determinants of hot spring tourism customer satisfaction: Causal relationships analysis using ISM. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(9), 2613.