

Ouvindo o murmúrio da água: Atributos que promovem a satisfação e a (in)satisfação nas estâncias termais



Helena Rodrigues

Ph.D. in Management

Specialization in Marketing

Business Research Unit (BRU-IUL)

Lisbon, Portugal

h_mrodrigues@hotmail.com

Introdução



Journal of Travel & Tourism Marketing

 Routledge
Taylor & Francis Group

ISSN: 1054-8408 (Print) 1540-7306 (Online) Journal homepage: <https://www.tandfonline.com/loi/wttm20>

Listening to the murmur of water: essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas

Helena Rodrigues, Ana Brochado & Michael Troilo

To cite this article: Helena Rodrigues, Ana Brochado & Michael Troilo (2019): Listening to the murmur of water: essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas, Journal of Travel & Tourism Marketing, DOI: [10.1080/10548408.2019.1633986](https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1633986)

To link to this article: <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1633986>



Published online: 30 Jun 2019.

Os números falam por si

Balança de viagens e turismo em % do PIB

2018- PIB 6%

Fontes/Entidades: INE | BP, BP, PORDATA

Última atualização: 2019-10-17

(2015-2017)

- 27.507 - 109 países
- 34.057 - 127 países.
- Emprega **1,8 milhões de pessoas.** (GWI -2019)

GLOBAL WELLNESS ECONOMY: \$4.2 trillion in 2017



Objetivos desta Investigação

Identificar a atratividade das estâncias termais tendo por base as avaliações dos turistas.

Analisar os sentimentos que expressam emoções positivas e negativas face ao serviço.



Objetivo teórico

Preencher lacunas na literatura, separando atributos vinculados à satisfação daqueles relacionados à insatisfação no setor do turismo termal.



Amostra

10 hotéis termais dos 40 registados na Associação das Termas de Portugal.

[www.termasde Portugal.pt](http://www.termasdeportugal.pt)



Base de avaliação Booking.com – 8 a 10 pontos e pelo menos com uma frase completa.

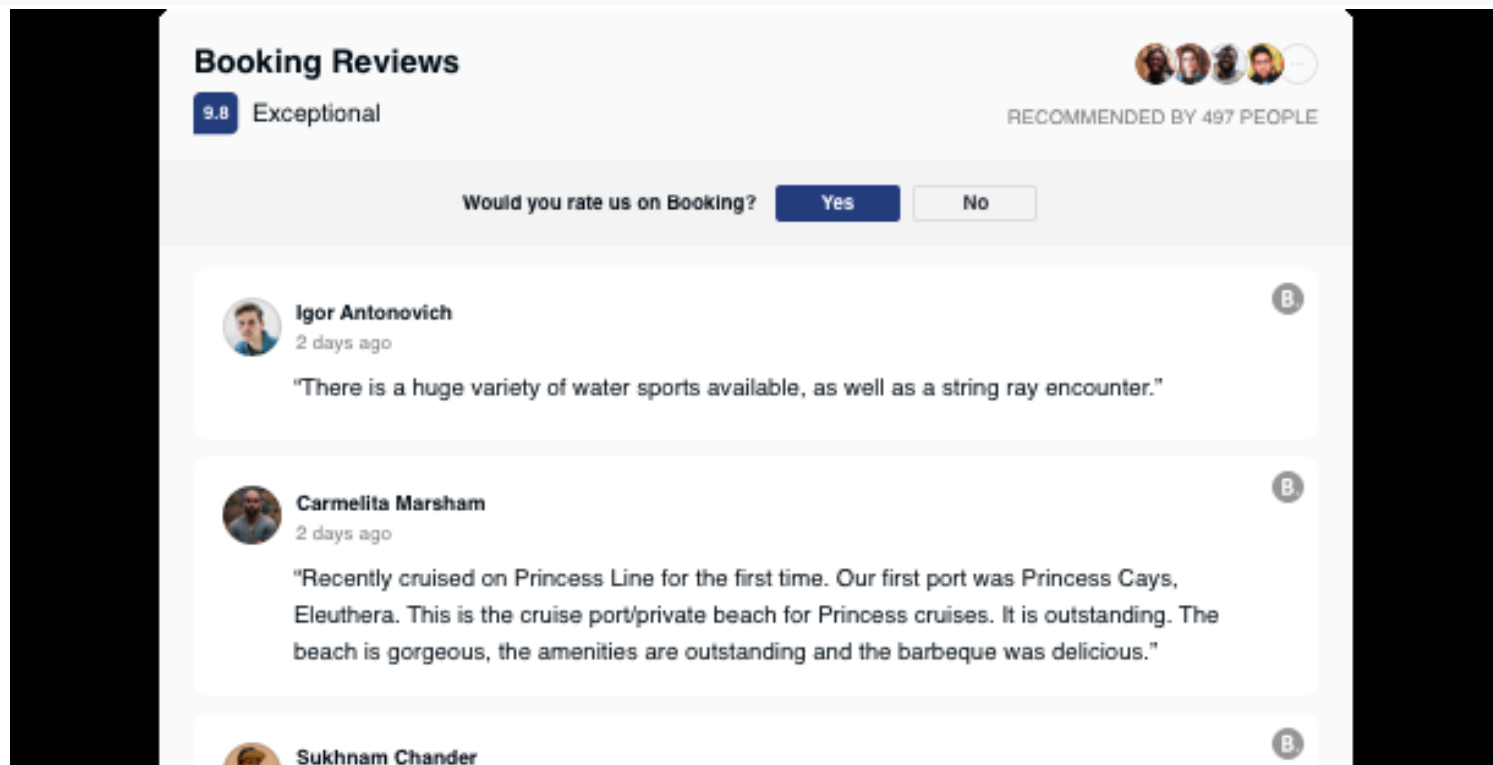
Avaliações: Publicadas de janeiro de 2015 a janeiro de 2019.

Informações adicionais: hotel, número de estrelas, pontuações e classificações dos hotéis e / ou resorts e o género dos turistas.

Amostra

Avaliação no Booking.com entre 8 a 10 pontos.

1 254 comentários com frases completas.



The screenshot displays the 'Booking Reviews' section for a cruise ship. At the top, the title 'Booking Reviews' is shown next to a 9.8 'Exceptional' rating and a badge indicating it is 'RECOMMENDED BY 497 PEOPLE'. Below this is a poll asking 'Would you rate us on Booking?' with 'Yes' and 'No' buttons. Three reviews are visible, each with a reviewer's name, profile picture, and a 'B' badge. The first review is by Igor Antonovich, the second by Carmelita Marsham, and the third by Sukhnam Chander.

Booking Reviews 9.8 Exceptional RECOMMENDED BY 497 PEOPLE

Would you rate us on Booking?

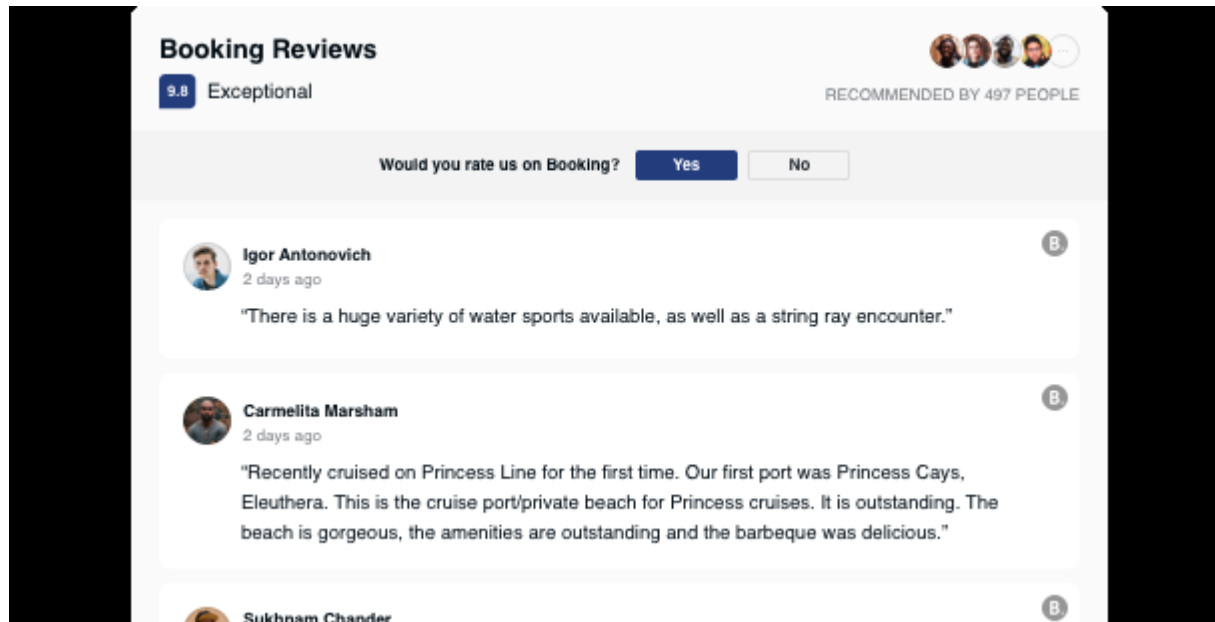
Igor Antonovich B
2 days ago
"There is a huge variety of water sports available, as well as a string ray encounter."

Carmelita Marsham B
2 days ago
"Recently cruised on Princess Line for the first time. Our first port was Princess Cays, Eleuthera. This is the cruise port/private beach for Princess cruises. It is outstanding. The beach is gorgeous, the amenities are outstanding and the barbeque was delicious."

Sukhnam Chander B

Amostra

Informações adicionais: hotel, número de estrelas, pontuações e classificações dos hotéis e / ou resorts e o género dos turistas.



The screenshot displays a section of Booking.com reviews. At the top, it shows a 9.8 rating labeled 'Exceptional' and a note that the property is 'RECOMMENDED BY 497 PEOPLE'. Below this, there is a poll asking 'Would you rate us on Booking?' with 'Yes' and 'No' buttons. The reviews are listed below, each with a user profile picture, name, and date. The first review is by Igor Antonovich, posted 2 days ago, with a 'B' badge and the text: "There is a huge variety of water sports available, as well as a string ray encounter." The second review is by Carmelita Marsham, also posted 2 days ago, with a 'B' badge and the text: "Recently cruised on Princess Line for the first time. Our first port was Princess Cays, Eleuthera. This is the cruise port/private beach for Princess cruises. It is outstanding. The beach is gorgeous, the amenities are outstanding and the barbeque was delicious." The third review is by Sukhnam Chander, with a 'B' badge.

Booking Reviews

9.8 Exceptional RECOMMENDED BY 497 PEOPLE

Would you rate us on Booking?

Igor Antonovich
2 days ago B
"There is a huge variety of water sports available, as well as a string ray encounter."

Carmelita Marsham
2 days ago B
"Recently cruised on Princess Line for the first time. Our first port was Princess Cays, Eleuthera. This is the cruise port/private beach for Princess cruises. It is outstanding. The beach is gorgeous, the amenities are outstanding and the barbeque was delicious."

Sukhnam Chander B

Amostra

Demographics	(N = 1254)	Percent
Reviews by Geographic Location		
North	890	71%
Center	250	20%
South	114	9%
Total	1254	100%
Reviews by Hotel Star Rate		
3 Stars	326	26%
4 Stars	789	63%
5 Stars	139	11%
Total	1254	100%



Amostra

Demographics (N = 1254) **Percent**

Reviews by Gender

Female	505	41%
Male	749	59%
Total	1254	100%

Reviews by Type

Only negative	150	12%
Only positive	201	16%
Negative and positive	903	72%
Total	1254	100%



Booking.com

Yossi
Israel
4 reviews

10 "Location is great! Staff is great as well!"

Business trip Couple Large Double Room
Stayed 4 nights

The best location!
The room was nice and comfortable with a great service at the hotel desk.

23 March 2015

Kim
USA
3 reviews

8.8 "Great hotel and location."

Leisure trip Family Double Room with Extra Bed
Stayed 2 nights

The location and the modern decor.

Helpful? yes

Metodologia-Ferramenta

- Total de 35.112 palavras.

Welcome

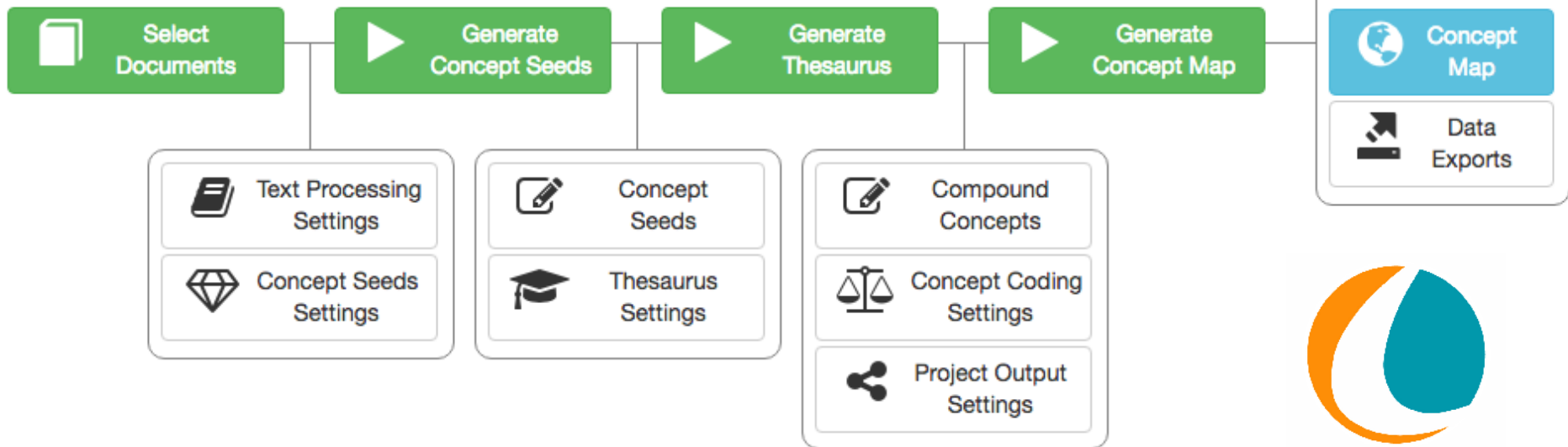
Project Control: ICL ✕

Upload Project Settings

Download Project Settings

ICL:

Build your model



Processing complete, outputs ready. (Cluster: complete. (4 seconds 4023 ms))

LEXIMANCER

Metodologia

Como é que funciona

Quantitativo (software)

Quantifica o texto dos clientes

Fornecer contagens de frequência de palavras e coocorrência de conceitos presentes nas transcrições dos comentários.

Temas e Conceitos

(Stepchenkova & Morrison, 2006; J. J. Zhang & Mao, 2012).

Qualitativo (investigador)

Análise narrativa

Extrair experiências em citações
Interpretação

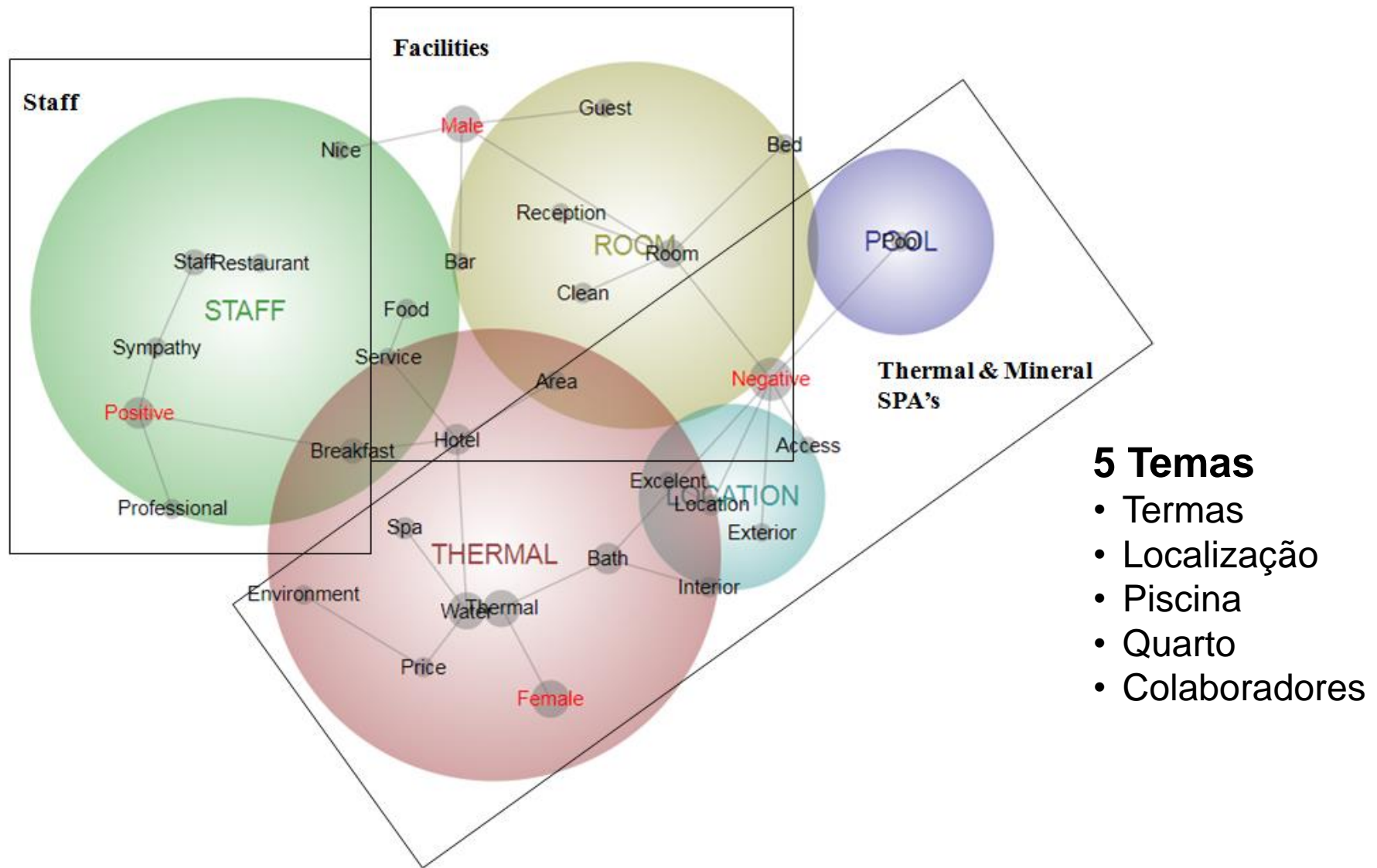
Interpretação

Leitura de temas amplos
(Gong et al., 2015).

Resultados face ao 1º Objetivo

Identificar a atratividade das estâncias termais tendo por base as avaliações dos turistas

Resultados – 1º Objetivo



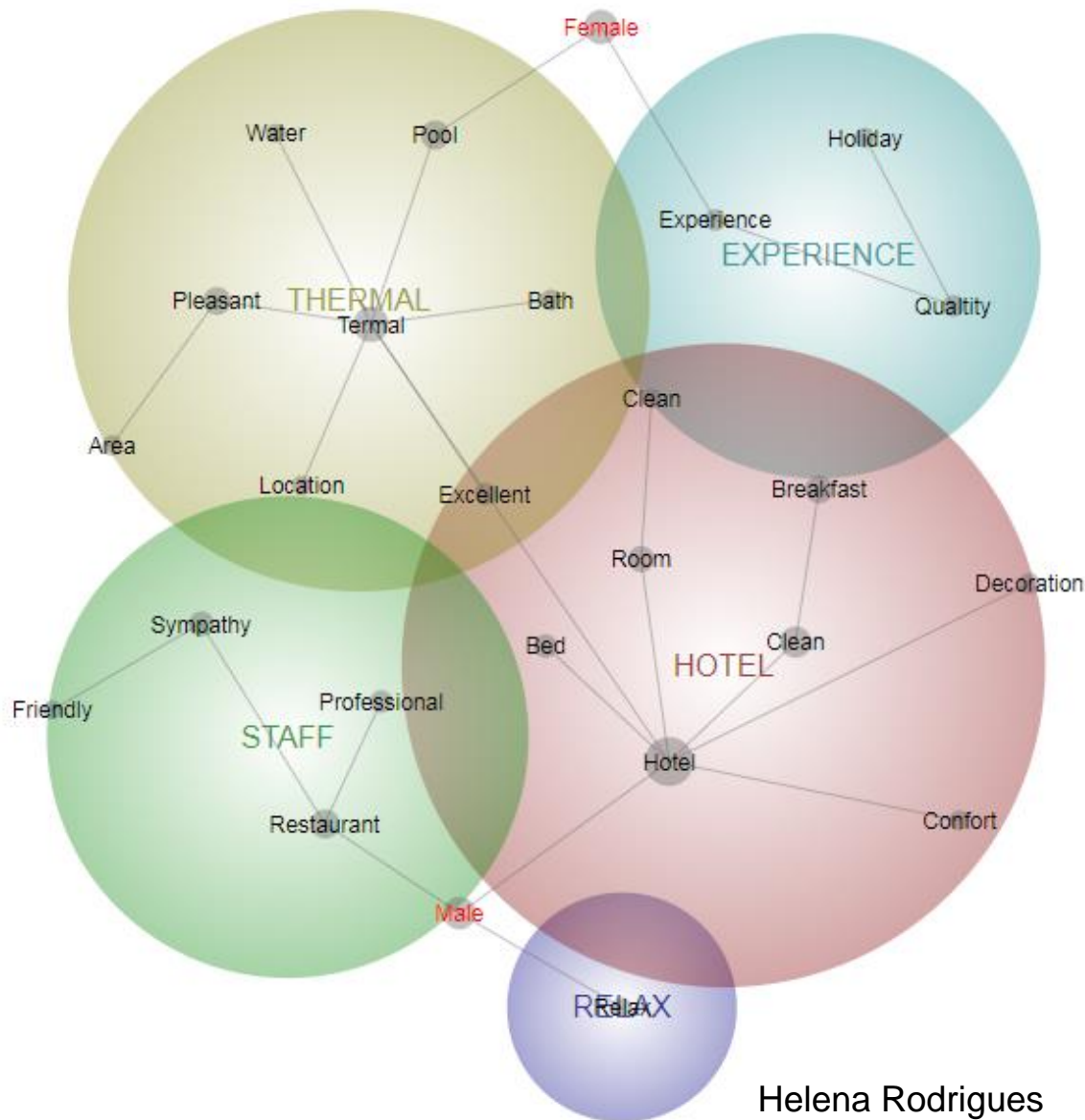
Discussão dos Resultados

Termas	<p>As atividades de lazer e bem estar acrescentam valor aos tratamentos termais</p> <p>Podem ajudar a reposicionar o setor na Europa e noutros continentes</p>
Localização	<p>Explorar as ofertas de cada região (Ex: Gastronomia, paisagem) para construir uma experiência única</p>
Piscina	<p>Facilidade de acesso e acesso "livre" à piscina.</p> <p>O acesso à piscina pelo exterior (-)</p> <p>Conjugação da piscina & SPA</p>
Quarto	<p>Qualidade e dimensão do quarto para ¹⁵ promover estadios de médio e longo</p>

Resultados face ao 2º Objetivo

**Analisar os sentimentos que expressam
emoções positivas e negativas face ao
serviço**

Resultados – Comentários Positivos



3 Novos Temas experiências Positivas

- Hotel
- Experiência
- Descanso



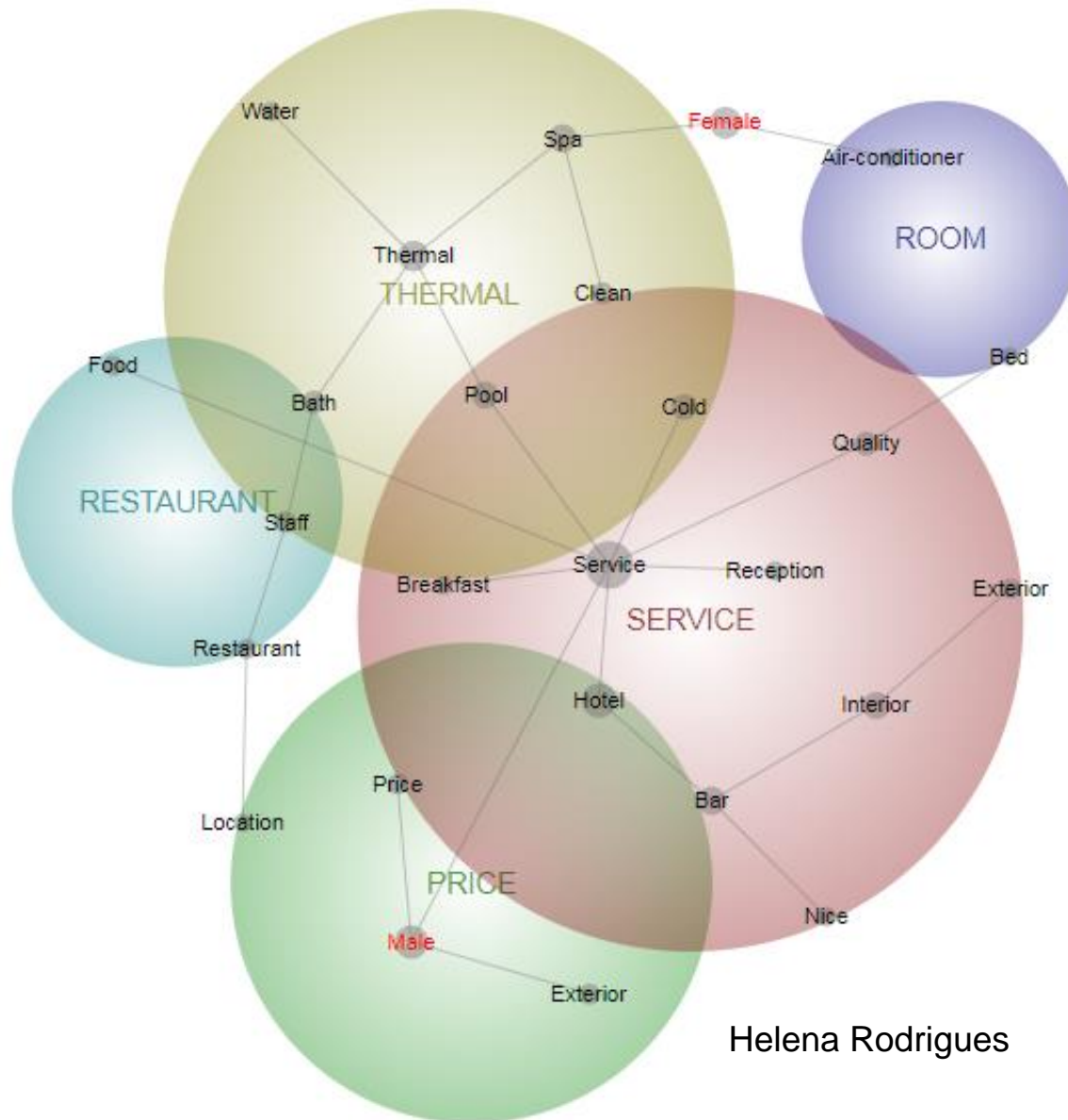
“pool”
“experience”

“restaurant”
“hotel”
“relax”

Discussão dos Resultados

Hotel	A qualidade do hotel e do serviço prestado tem uma influencia a lealdade
Experiência	Experiencia do lazer e bem estar Informação holística sobre bem estar e lazer que vai para além dos tratamentos termais
Descanso (ou bem estar)	“Saúde” e “Bem estar” são 2 conceitos de marketing diferentes Podem ser utilizados em posicionamentos diferentes.

Results - Comentários **Negativos**



3 Novos Temas experiências **Negativas**

- Serviço
- Preço
- Restaurante



“(SPA)”
“quarto(ar-
condicionado)”

“preço”
“exterior”

Helena Rodrigues

Discussão dos Resultados

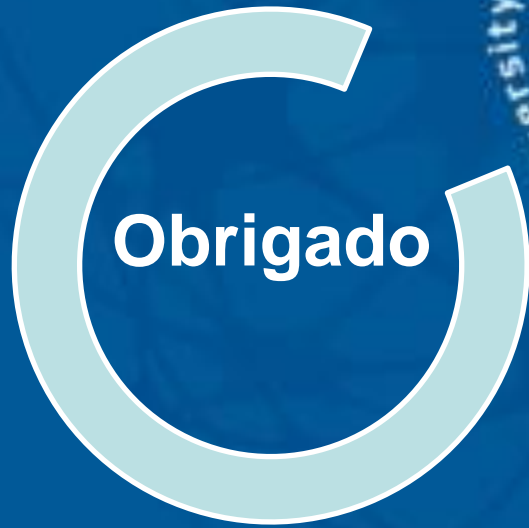
Serviço	As avaliações negativas partilhadas online condiciona a escolha e as expectativas face ao serviço que vai ser prestado
Preço	Os comentários negativos focam sobretudo os preços praticados face à qualidade do serviço
Restaurante	Os comentários negativos sobre o Restaurante qualidade e quantidade das refeições vem maioritariamente dos homens . Falta de atenção dada aos clientes

Conclusões

Os resultados sugerem a implementação gradual de melhorias operacionais e estratégicas tendo em conta a minimização de custos com o máximo impacto nos benefícios.

- Atratividade termal e de spa - “termas [spas]”, “localização” e “piscinas” de água mineral;
- Instalações - a importância dos "quartos" em termos de acomodações particulares;
- Serviços prestados pelos “colaboradores”





Obrigado



**Thank
You**