

Article

# Preferências na Escolha das Termas em Portugal

Luísa Sousa Pereira <sup>1</sup>, Fernando Oliveira Tavares <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mestre. Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo – IS CET, Portugal, ORCID: 0000-0002-6605-0049. E-mail: luisapereira18@hotmail.com

<sup>2</sup> Doctor of Industrial Management from the University of Aveiro Doctor in Corporate Strategic and Economic Analysis at the University of Vigo. Professor Auxiliar na Universidade Portucalense, Portugal. ORCID: 0000-0002-9672-8770. E-mail: ftavares@upt.pt

## RESUMO

O termalismo é uma atividade turística, que vem desde tempos imemoriais, e que é uma importante alavanca para o desenvolvimento de localidades de baixa densidade, diminuindo desta forma as assimetrias regionais. O objetivo deste estudo é caracterizar o perfil dos aquistas que frequentaram as termas de diferentes pontos em Portugal, em tempo de COVID-19, e os fatores preponderantes na escolha dos serviços termais. O estudo é de natureza quantitativa, tendo sido elaborado um inquérito, que analisou os fatores determinantes na escolha das termas em Portugal durante este período. Observou-se que os fatores preponderantes na escolha das termas são a qualidade das instalações e dos serviços, a procura de descanso, a melhoria da saúde e da qualidade de vida e a procura de socialização e cultura. Espera-se que este estudo contribua para evidenciar o perfil do aquista e as suas preferências, pelas diversas estâncias termais.

**Palavras-chave:** termalismo, turismo de saúde e bem-estar, estâncias termais, águas termais.

## ABSTRACT

The thermalism is a tourist activity, which comes from time immemorial, and which is an important lever for the development of low-density locations, thus reducing regional asymmetries. The objective of this study is to characterize the profile of spas who attended spas from different points in Portugal, in the time of COVID-19, and the preponderant factors in the choice of spa services. The study is of a quantitative nature, and a survey was carried out, which analyzed the determining factors in the choice of spas in Portugal during this period. It was observed that the preponderant factors in the choice of spas are the quality of the facilities and services, the search for rest, the improvement of health and quality of life and the search for socialization and culture. It is hoped that this study will contribute to highlight the profile of the spa and his preferences, for the various spas.

**Keywords:** thermalism; health and wellness tourism; spas; thermal waters.



Submissão: 23/12/2022



Aceite: 27/04/2023



Publicação: 28/04/2023



## 1. Introdução

Os seres humanos, com recurso às águas minerais, foram procurando formas de combater doenças, melhorar a saúde e prolongar a sua vida dentro do melhor bem estar possível. Atualmente, quando se fala de termalismo, vem à lembrança a qualidade das águas minerais naturais termais, bem como o seu impacto na saúde. Saúde é um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou enfermidade. Essa definição foi dada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) (1948) e é amplamente aceite em todo o mundo. Portugal é um país com expressiva tradição termal, sendo rico neste tipo águas, que desde a época da presença romana suscitaram interesse e admiração. O termalismo é uma atividade que está estreitamente ligada a outros setores, como a hotelaria, a gastronomia, a cultura, os transportes e muitos outros. Isso faz com que o termalismo seja uma importante fonte de desenvolvimento, especialmente em áreas onde os recursos termais são mais abundantes, muitas vezes em regiões que enfrentam dificuldades econômicas. Além de proporcionar benefícios terapêuticos, o termalismo também pode impulsionar a economia local, gerando empregos, aumentando o turismo e atraindo investimentos para a região. Por essas razões, o termalismo tem um papel significativo na promoção do desenvolvimento sustentável.

O conceito de termalismo tem sofrido alterações ao longo do tempo, deixando de ser associado exclusivamente à componente terapêutica. Com a evolução deste conceito, o termalismo tem vindo a adquirir uma simbologia mais preventiva, de recuperação direcionado para a prevenção da doença e promoção da saúde, com a terminologia de “termalismo de bem-estar” (Tavares, Almeida, Pinto e Tavares 2022). Gonçalves e Guerra (2019), defendeu a necessidade de transformar as termas em lugares de repouso e bem-estar, munidas de recursos humanos qualificados, bem como de instalações com excelentes condições, tornando-as apelativas para jovens e idosos.

O termalismo é um dos segmentos mais importantes do turismo de saúde e bem-estar, sendo especialmente relevante para o desenvolvimento de localidades menos povoadas. Além de contribuir para a redução das assimetrias regionais, o termalismo é capaz de atrair turistas, gerar empregos e impulsionar outras formas de turismo (Antunes, 2012). De acordo com Cantista (2008), o termalismo consiste no uso de água mineral natural e outras terapias complementares para prevenção, tratamento, reabilitação ou bem-estar. As termas, por sua vez, são locais onde brotam uma ou mais águas minerais naturais adequadas para a prática do termalismo. O aquista, por sua vez, é o usuário dos meios e serviços disponíveis em um estabelecimento termal. Segundo Boekstein (2014), o termalismo abrange aspetos do turismo médico, de wellness e de spa. Os efeitos benéficos da água termal, juntamente com terapias naturais e remédios, clima agradável, interação social e atividades saudáveis, podem criar um ambiente propício à cura.

Em Portugal, verifica-se um crescimento na indústria do turismo por parte de pessoas mais jovens. Pelo fato da mudança do estilo de vida, por serem pessoas mais bem informadas e capazes de mexer nas novas tecnologias, pesquisando os destinos e as experiências envolventes nesse local de forma mais autónoma (Didascalou e Lagos 2009).

Segundo Didascalou e Lagos (2009), o turismo de saúde é uma das formas mais antigas de turismo, na sequência da importância confirmada nas civilizações clássicas. Posição igualmente assumida por Cavaco (2005), quando se refere ao termalismo como o tipo de atividade turística mais consolidada.

O presente estudo tem como objetivo caracterizar o perfil dos aquistas que frequentaram as termas de diferentes pontos em Portugal, no período da pandemia do COVID-19, e os fatores preponderantes na escolha dos serviços termais. Para concretizar este objetivo, o trabalho foi dividido em cinco secções.



## 2. Revisão da literatura

### 2.1. A afirmação do turismo de saúde e bem-estar em Portugal

Nos últimos anos a saúde e o bem-estar ganharam destaque na galeria dos produtos turísticos com mais fama, sendo também reconhecido como um relevante fenómeno económico e social (Antunes 2012). Segundo Guerra (2016), o turismo de saúde é direccionado para pessoas que possuem qualquer tipo de doença ou condição física, enquanto o turismo de bem-estar é dirigido para pessoas saudáveis que procuram, de diversas formas, o bem-estar geral.

Por sua vez, o Global Wellness Institute (GWI) (2020) define turismo de bem-estar como uma viagem/estada associada ao bem-estar pessoal, seja ele físico, mental ou social (GWI, 2020). Este conceito de turismo tornou-se muito conhecido no século XXI, por ser considerado um meio eficaz para minimizar as sequelas do estilo de vida moderno e dos novos ritmos quotidianos (Kelly 2010). A dimensão deste estado pode ser atingida através de diversos hábitos de vida saudáveis, entre os quais se destacam o exercício físico, a dieta, a autoestima, os contactos sociais, bem como o lazer e o ócio. É neste ponto que se pode articular o conceito da saúde com o do turismo (Cunha, 2006).

Segundo Cunha (2006) o turismo de saúde integra três dimensões: a terapêutica ou curativa, a preventiva e de recuperação ou reabilitação, sendo que o termalismo, de acordo com este autor, é o produto turístico mais antigo do mundo

Ortiz, Pacheco e Jatzire (2016) defendem que atualmente o turismo termal de saúde e bem-estar, contém em si várias ideias de paisagem e construção de uma valorização ambiental e sustentabilidade turística, sem esquecer a variável da melhoria da saúde e bem-estar. Os autores Tavares et al. (2022) consideram que os centros termais são polos de desenvolvimento económico e social em escala local e regional, levando ao enriquecimento da qualidade de vida da população local, opinião corroborada por Antunes (2012).

Em Portugal, existe uma forte ligação entre o turismo de saúde e bem-estar e as estâncias termais, desde a sua origem. Diversos autores (Quintela 2004), (Ramos 2005), (Medeiros & Cavaco 2008), (Carvalho, Pinto e Tavares 2020) têm estudado a evolução do turismo de saúde e bem-estar em Portugal, mais especificamente do termalismo.

A partir da década de 1990, e principalmente no novo milénio, o conceito de turismo de saúde e bem-estar começa a ser entendido como um todo, abandonando o preconceito anterior das estâncias termais se cingirem apenas às curas. Começa a haver uma renovação do equilíbrio entre as duas vocações seculares das termas, o lazer/lúdica e a terapêutica (Guerra 2016). O papel das termas neste processo é fundamental, pois começam a oferecer programas mais diversificados para públicos variados, não sendo necessário estar doente para frequentar as “novas” estâncias termais. Só nesta altura, é que o termalismo português evidenciou sinais de revitalização e de ser capaz de responder às novas necessidades da procura, que se preocupa em recuperar as energias físicas e mentais e fugir ao stress provocado pela rotina diária (Carvalho, Pinto e Tavares 2020).

Durante as duas últimas décadas a procura por serviços de saúde e bem-estar tornou-se num dos mais promissores subsectores do turismo, influenciando os responsáveis pela gestão dos destinos turísticos no planeamento e desenvolvimento dos mesmos. Existe hoje um maior desejo de viajar com o intuito de melhorar a saúde e bem-estar do indivíduo (Nahrstedt 2004).

As águas minerais naturais podem ser classificadas em função da sua temperatura, radioatividade, mineralização, composição química, aspeto, sabor, cheiro, densidade, PH, parâmetros biológicos e concentração molecular, e existe variação nos valores de alguns critérios em função da escala adotada (Cantista 2008).



Segundo o Relatório da Associação de Termas de Portugal (ATP) (2020), é durante os meses de verão (3º trimestre) que se regista a maior tendência de procura pelo produto saúde e bem-estar termal em Portugal, sendo os meses de julho, agosto e setembro, os meses de eleição para os clientes termais. Registrando nestes meses valores superiores a 40% da procura anual, oscilando entre os 42,8% (valor máximo registado no ano de 2017) e 40,6% (valor mínimo registado no ano de 2018).

O coronavírus afeta principalmente o sistema respiratório de pacientes infetados e as fontes termais podem ser utilizadas de forma preventiva ou curativa. Os tratamentos respiratórios (baseados em inalações ou gargarejos, prescritos e supervisionados por pessoas especializadas na área) estimulam o sistema imunológico e purificam o sistema respiratório, preparando-o para enfrentar um possível episódio de Covid-19 (Magariños 2020). Portanto, a cura térmica é recomendada em processos de recuperação da doença, na fase em que não há mais possibilidade de contágio, ou como medida preventiva.

## **2.2. O turismo e o lazer nas estâncias termais**

Muitos dos destinos de saúde e bem-estar localizam-se em Portugal em zonas não urbanas, mais afetadas pelo desemprego e ameaçadas pelo despovoamento. É desde logo um fator de fixação de pessoas, de atração de outras e gerador de riqueza local (Ramos 2005), (Fazenda et al. 2009). O turismo termal constitui um produto turístico distante do turismo de massa ou overtourism (Fletcher et al. 2019). Segundo Cantista (2008), as estâncias termais são à área geográfica devidamente ordenada no qual se verifica uma ou mais emergências de água mineral natural exploradas por um ou mais estabelecimentos termais, bem como as condições ambientais e infraestruturas necessárias à instalação de empreendimentos turísticos e à satisfação das necessidades de cultura, recreio, lazer ativo, recuperação física e psíquica asseguradas pelos adequados serviços de animação.

Existem dois tipos de aqúistas, os que procuram as termas pela vertente preventiva que são todos aqueles que se deslocam até as termas para usufruírem de toda a estância termal, de forma terapêutica e de cura. E os consumidores que, a cura e os efeitos terapêuticos das águas não são a sua motivação central, encaram as termas como destinos de lazer, de férias, de descanso, o que os torna mais turistas do que propriamente aqúistas (Tavares et al. 2022). O estabelecimento termal é a unidade prestadora de cuidados de saúde na qual se realiza o aproveitamento das propriedades terapêuticas de uma água mineral natural para fins da prevenção da doença, terapêutica, reabilitação e manutenção da saúde, bem como serviços de bem-estar (Cantista 2008). As estâncias termais, procuram captar novos segmentos de mercado, desenvolvendo e promovendo produtos diferenciadores no mercado, que sejam mais próximos das tendências e necessidades dos consumidores atuais (Olivares e Bonfill 2004).

Os clientes deixaram de se preocupar apenas com a sua saúde para se preocuparem também com o seu bem-estar, forma física e aparência. Para tal contribui a alteração do conceito de saúde, considerada pela Organização Mundial de Saúde com um estado de bem-estar total, físico, mental e social (Fernandes 2006).

O termalismo clássico, apologista da doença e da cura, é ultrapassado em função do termalismo moderno assente numa matriz de prevenção e bem-estar onde a oferta está vocacionada para segmentos de mercado com motivações terapêuticas, lúdicas e turísticas (Ramos 2005). Percebe-se desta forma que o termalismo não se trata somente de uma tendência, mas sim de uma atividade milenar, que ao longo dos tempos foi evoluindo e hoje apresenta-se de uma forma renovada (Tavares et al. 2022). Existindo práticas que têm sido redescobertas, renovadas e integradas para criar uma nova indústria global Vasileiou e Tsartas (2009), podendo-se falar numa “nova era do termalismo”, o “turismo de saúde e bem-estar”.

Em Portugal as estâncias termais têm uma gama mais ou menos diversificada de pacotes de bem-estar, serviço enriquecido em algumas estâncias com a oferta da dimensão de recreio e lazer e que passa



fundamentalmente por passeios turísticos pela região. Estes passeios turísticos são constituídos por passeios e percursos pela natureza envolvente (parques, áreas de montanha, margens dos rios), circuitos, atividades desportivas (ténis, natação, circuitos de manutenção, golfe), entre outros.

A remodelação das termas tem sido vista como revitalizadora do setor, posicionando o termalismo como opção turística e terapêutica, provocando um aumento da procura pelo surgimento de novos grupos de turistas que procuram as termas como escolha de umas férias relaxantes, medicinais e com imenso contacto com a natureza (Lourenço 2012).

### **2.3. A oferta termal em Portugal**

Portugal é um dos países da Europa mais rico em águas termais, segundo a Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos (APRH) (2014), a grande maioria localizadas nas regiões norte e centro (cerca de 90% do total) e integradas em zonas de potencial paisagístico o que permite uma oferta turística complementar variada e de grande qualidade (Pinto e Mangorrinha 2009).

Sendo que as termas nos últimos anos tem atravessado um processo claro de diversificação, o que levou à evolução do conceito mais clássico de termalismo terapêutico, para um conceito de ligação entre saúde e bem-estar. Neste momento, as termas pretendem conjugar as atividades termais com as atividades mais lúdicas e turísticas, onde se exploram os efeitos terapêuticos das águas termais com os programas de relaxamento, passeios na natureza, degustação de produtos regionais, entre outras, de forma a aliciar utilizadores mais diversificados com esta vasta oferta (Gonçalves & Guerra 2019).

Segundo a Direção Geral de Energia e Geologia (DGEG) (2022), em março de 2022, existia um total de 62 estâncias termais em todo o país. Sendo que 45 são termas em atividade e 17 são termas com a atividade suspensa.

### **3. Metodologia**

Numa primeira fase da investigação enviaram-se e-mails às várias Termas de Portugal. Apenas as Termas de São Pedro do Sul, as Termas das Caldas de Arêgos, as Termas de Chaves e as Termas de Amarante aceitaram passar os questionários pelos aquistas. Para estudar a caracterização da procura dos serviços termais em Portugal, foi elaborado um inquérito (questionário), que foi depositado nas termas. Período de novembro de 2021 a abril de 2022 nos meses de novembro, dezembro, janeiro, fevereiro, março e abril de 2021 e 2022, a fim de serem preenchidos por indivíduos que estivessem a usufruir de serviços em diversas termas. O questionário foi passado pelas termas em papel, num link online e num código QRCode.

Com a dificuldade obtida em conseguir um elevado número de respostas devido à pandemia e ao baixo número de aquistas que frequentaram as termas neste período, o questionário foi colocado nas redes sociais. e foram procurados aquistas que interagiam nas redes sociais das termas enviando-lhes mensagem privada a pedir que respondessem ao questionário, conseguindo assim respostas de outras termas que não aceitaram a partilha do questionário pelas suas instalações. As respostas por termas foram: Caldas de Arêgos -58; São Pedro do Sul - 29; Chaves - 25; Amarante - 22, Curia - 2; Luso - 2; e outras termas com uma resposta cada (12). No inquérito as variáveis destinadas à análise fatorial advêm de questões, obtidas através de respostas numa escala Likert de 1 a 5.

Utilizou-se o Software SPSS 26 para fazer o tratamento do inquérito. É efetuada a análise descritiva dos resultados e os testes às médias para testar se estas apresentam ou não diferenças estatisticamente significativas. Segundo Marôco (2018) e Pestana e Gageiro (2014), o teste t-Student serve também para testar se as médias de duas populações são ou não estatisticamente diferentes. Segundo os autores a estatística do teste t-Student, bem



como o valor crítico deste teste só são válidos para comparar médias de duas, e apenas de duas, populações. Isto é pretende-se testar se  $H_0: \mu_1 = \mu_2$  vs.  $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ . Igualmente se estuda as diferenças entre os aquistas com idades iguais e superiores a 59 anos e inferiores a 59 anos. O teste t-Student aplicou-se para testar estas hipóteses. Fizeram-se, a comparação de k médias (comparação múltipla de médias) em função do sexo, e da idade.

Para estudo do inquérito recorre-se à Análise de Componentes Principais da Análise Fatorial (ACPAF). No entender de Hair et al (2005), a Análise Fatorial é um conjunto de técnicas estatísticas multivariadas que analisa os padrões de relações complexas simultaneamente, de modo a definir a estrutura subjacente a um conjunto de variáveis. A eficácia e uma boa análise fatorial dependem da verificação da validade para as variáveis escolhidas. Tendo em conta a interpretação de Pestana e Gageiro (2014) para o teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), ( $]0,9 - 1,0]$  - Excelente;  $]0,8 - 0,9]$  - Ótima;  $]0,7 - 0,8]$  - Boa;  $]0,6 - 0,7]$  - Regular;  $]0,5 - 0,6]$  - Mediocre;  $KMO \leq 0,5$  - Inadequada) analisa-se se este permite fazer uma boa Análise Fatorial e associa-se o teste de Bartlett para verificar o seu nível de significância. Os valores do Alpha de Cronbach, de acordo com George e Mallery (2003), têm a seguinte interpretação:  $]0,9 - 1,0]$  - Excelente;  $]0,8 - 0,9]$  - Bom;  $]0,7 - 0,8]$  - Aceitável;  $]0,6 - 0,7]$  - Duvidoso;  $]0,5 - 0,6]$  - Pobre;  $\leq 0,5$  - Inaceitável. Foi utilizado o modelo de rotação de fatores ortogonal devido à sua maior simplicidade, pois na rotação ortogonal a orientação original entre fatores é preservada, isto é, os fatores após a rotação continuam ortogonais.

## 4. Resultados e Discussão

### 4.1. Análise descritiva dos resultados das estâncias termais

A amostra foi constituída por 150 indivíduos, com idades entre 14 e 91 anos; (59,73). Em relação ao sexo, 29,3% (quantos, n) eram do sexo masculino e 70,7% do sexo feminino. nacionalidade, 98% eram portugueses e 2%, Italiana, Brasileira e Francesa. No que diz respeito ao estado civil, 53,3% são casados, 16% são solteiros, 15,3% são viúvos, 8,7% são separados, 6,7% são divorciados.

Podemos assim observar, que de facto, como refere Lourenço (2012), são consumidores com mais de 60 anos e que, uma vez por ano, procuram serviços de tratamento médico mais tradicional ou spa. Analisando a questão sobre com quem os aquistas se dirigiram aos serviços termais 42,7% respondeu sozinho, 35,3% com a família, 15,3% com amigos, 4% com colegas de trabalho e 2,7% com vizinhos.

A média de dias que os aquistas passaram nos serviços termais foi de 8 dias (8,21), sendo que o mínimo 1 dia e o máximo de 21 dias. Em média a residência habitual dos aquistas fica a 87 km das termas, sendo que o mais perto fica a 2km e a pessoa com residência mais longínqua fica a 450 km.

Relativamente ao nível de escolaridade, os inquiridos caracterizam-se por apresentarem maioritariamente até ao 9º ano (42,0%), em seguida até ao 12º ano (24,0%), com licenciatura (23,3%) e por último com mestrado ou PhD (10,7%). Sobre com que frequência os inquiridos frequentam as termas 53,3% responderam 1 ou 2 vez/-es por ano, 39,3% pela primeira vez, 6,0% mensalmente, e 1,3% semanalmente.

Em média, os aquistas gastam 410,77€, sendo que o valor mínimo é de 40€ e o valor máximo é de 2.000€. Os aquistas consideram o rendimento mensal do agregado familiar suficiente e bom ambas com 40%, em seguida muito bom com 12,7% e por último difícil de gerir com 7,3%. A média da dimensão do agregado familiar é de 2,37, sendo que o mínimo é de 1 pessoa e o máximo são 6 pessoas.

O principal motivo dos aquistas estarem nas termas é descanso com 52,7%, outros estão a fazer tratamentos e aproveitam para descansar com 24% e estão em descanso e aproveitam para fazer tratamentos com 23,3%. Os aquistas que ficam alojados, permanecem principalmente em hotéis (30%), num alojamento



pertencente às termas (9,3%), num quarto/casa alugada (8%), em casa de amigos (4%), numa residencial (2,7%), ou possui casa de férias próximo das termas (2%). No entanto a grande percentagem com 44% vai para as pessoas que estão mais próximas das termas e deslocam-se da sua casa.

Sobre o grau de importância na escolha das termas, podemos observar na Tabela 1, que os itens que apresentaram as médias mais elevadas, foram da preferência dos inquiridos. Assim, salienta-se com as médias de preferência mais elevadas a preocupação com o bem-estar, a preocupação com a saúde, a procura da melhoria da qualidade de vida, ser um tratamento natural, o relaxamento, ajuda a relaxar depois de um ano de quarentena/isolamento social devido à pandemia da Covid-19, é o melhor meio de cura e o facto de realizar terapia mental. Estes nove itens apresentam valores de média superiores a quatro numa escala de Likert de cinco níveis.

**Tabela 1. Grau de importância na escolha das estâncias termas**

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Preocupação com o bem-estar	4,71	5,00	5	0,619	0,7	1,3	0,7	21,3	76,0
Preocupação com a saúde	4,65	5,00	5	0,768	1,3	2,7	2,0	17,3	76,7
Procura de melhoria da qualidade de vida	4,54	5,00	5	0,872	2,7	2,7	1,3	24,7	68,7
É um tratamento natural	4,53	5,00	5	0,774	1,3	1,3	5,3	26,7	65,3
Relaxamento	4,47	5,00	5	0,981	4,0	3,3	1,3	24,7	66,7
Ajuda a relaxar depois de um ano de quarentena/isolamento social devido à pandemia da COVID-19	4,27	5,00	5	1,080	5,3	4,7	2,0	33,3	54,7
Realizar terapia física	4,19	5,00	5	1,108	4,7	6,7	5,3	32,0	51,3
É o melhor meio de cura	4,12	4,00	5	1,049	3,3	4,0	17,3	28,0	47,3
Realizar terapia mental	4,08	5,00	5	1,277	9,3	5,3	5,3	28,0	52,0
Libertar das rotinas de esgotamento e aborrecimento diário	3,96	4,00	5	1,375	13,3	3,3	6,0	28,7	48,7
Escape ao ambiente quotidiano	3,95	4,50	5	1,402	13,3	5,3	4,0	27,3	50,0
Meditação	3,89	4,00	5	1,376	12,0	7,3	6,0	28,7	46,0



	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Retiro de introspeção, exploração e avaliação do próprio	3,85	4,00	5	1,394	13,3	6,0	7,3	29,3	44,0
Ser uma atividade atrativa	3,83	4,00	5	1,394	12,7	8,0	6,7	29,3	43,3
Passar as férias de modo mais saudável	3,78	4,00	5	1,451	14,7	8,0	6,0	27,3	44,0
Desfrutar da natureza	3,73	4,00	5	1,537	18,0	6,7	6,7	22,0	46,7
Receita médica	3,72	4,00	5	1,542	16,7	10,0	6,0	19,3	48,0
Desenvolvimento de atividades múltiplas	3,67	4,00	5	1,459	14,7	10,0	9,3	25,3	40,7
Realizar atividade social	3,53	4,00	5	1,436	12,7	18,7	4,7	30,7	33,3
Procura de um espaço de lazer e de férias	3,50	4,00	5	1,596	20,7	11,3	6,0	21,3	40,7
Realizar atividades que não requerem esforço físico	3,49	4,00	5	1,523	17,3	14,7	5,3	26,7	36,0
Realizar atividade recreativa	3,44	4,00	5	1,435	12,0	22,7	6,0	28,0	31,3
É um tratamento barato	3,41	4,00	5	1,452	15,3	15,3	14,0	24,0	31,3
Ser uma atividade economicamente de preço acessível	3,37	4,00	4	1,445	18,7	11,3	8,7	36,7	24,7
Curiosidade	3,33	4,00	5	1,566	22,0	10,7	13,3	20,0	34,0
É uma tradição fazer termas	3,33	4,00	5	1,616	24,7	7,3	15,3	15,3	37,3
Recomendação de outros	3,27	4,00	5	1,587	25,3	9,3	8,7	26,7	30,0
Procura de novidades	3,27	4,00	5	1,563	20,0	18,0	10,0	18,7	33,3
Melhoria das relações familiares	3,17	4,00	5	1,654	28,0	12,0	7,3	20,0	32,7
Prestígio	3,09	3,00	5	1,650	28,7	13,3	10,7	15,3	32,0



	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Resolução / Simplificação de relações sociais	3,03	3,00	1	1,590	27,3	16,7	6,7	24,0	25,3
Vínculo a atividades comerciais	2,88	3,00	1	1,584	32,0	14,0	9,3	23,3	21,3

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 2 são apresentados os itens do inquérito relacionados com a água mineral. Relativamente aos itens com melhor média destaca-se a água mineral é uma fonte de bem-estar e a água mineral é uma fonte de vida.

Tabela 2. Importância da água mineral

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Discordo totalmente	Discordo	Estou indeciso(a)	Concordo	Concordo totalmente
A água mineral é uma fonte de bem-estar	4,51	5,00	5	0,673	0,7	0,7	4,0	36,7	58,0
A água mineral é uma fonte de vida	4,45	5,00	5	0,774	1,3	1,3	5,3	34,7	57,3
A água mineral é uma fonte de saúde	4,44	5,00	5	0,737	1,3	0,7	4,7	39,3	54,0
A água mineral é um tratamento diferente dos outros	4,40	5,00	5	0,794	2,0	0,7	5,3	39,3	52,7
A água mineral é um tratamento como os outros	2,09	2,00	1	1,258	42,7	30,0	11,3	8,0	8,0

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 3 são apresentados os itens relacionados com o meio envolvente às estâncias termais. Destaca-se o bom alojamento local nas proximidades, os preços razoáveis dos alojamentos existentes. A pandemia é o principal motivo para a diminuição do número de atividades termais e a facilidade em perceber os produtos turísticos locais e regionais.



Tabela 3. Meio envolvente as estâncias termais

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Discordo totalmente	Discordo	Estou indeciso(a)	Concordo	Concordo totalmente
Tem bom alojamento local nas proximidades	4,17	4,00	5	0,880	2,0	1,3	15,3	40,0	41,3
Está inserida num local de alojamento a preços razoáveis	4,17	4,00	5	0,930	2,7	2,7	12,0	40,7	42,0
A pandemia da COVID-19 diminuiu o número de atividades termais	4,11	4,00	4	0,921	2,7	3,3	11,3	46,0	36,7
É fácil perceber os produtos turísticos locais e regionais	4,01	4,00	5	1,033	2,7	7,3	14,7	37,3	38,0
Tem um circuito turístico próximo	3,97	4,00	5	1,114	4,7	6,7	15,3	34,0	39,3
A oferta turística circundante às termas é um local que me atrai	3,83	4,00	4	1,145	5,3	8,7	17,3	35,3	33,4
Tem diversos tipos de animação termal	3,57	4,00	4	1,120	5,3	11,3	27,3	33,3	22,7
Existe uma falta de interesse na criação de divertimentos locais de atração junto às termas	3,35	3,00	4	1,238	10,0	14,0	27,3	28,0	20,7
Existe uma falta de interesse na criação de programas de lazer região	3,25	3,00	4	1,220	11,3	15,3	26,0	32,0	15,3
Existe uma falta de interesse na criação de atividades culturais e desportivas na região	3,23	3,00	3	1,277	12,0	15,3	30,7	21,3	20,7

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 4 são apresentados os itens do inquérito relacionados com o motivo da escolha da estância termal. Relativamente aos itens de escolha das estâncias termais destacam-se o conhecimento e indicações das águas medicinais destas termas e a prescrição médica. O que menos se destaca é a publicidade efetuada pelas termas, porque se opta por frequentar um local que já conhecemos ou que alguém nos conta a sua experiência (mensagem falada).



Tabela 4. Pontos fulcrais na escolha das estâncias termais

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Conhecimento e indicações das águas medicinais destas termas	4,16	4,00	5	1,037	4,0	4,0	10,7	34,7	46,7
Conhecimento destas termas por as ter frequentado anteriormente	3,64	4,00	5	1,619	22,7	3,3	8,7	18,0	47,3
Prescrição médica	3,61	4,00	5	1,584	18,0	12,7	6,0	17,3	46,0
Publicidade efetuada por estas termas	3,61	4,00	5	1,492	16,0	11,3	7,3	26,0	39,3
Promoção / vendas efetuadas por estas termas	3,54	4,00	5	1,427	14,7	10,0	16,7	24,0	34,7
Conhecimento e indicações das águas medicinais de outras termas	3,07	3,00	1	1,536	25,3	12,7	17,3	19,3	25,3
Publicidade de outras termas, mas optei por estas termas	2,88	3,00	1	1,609	32,0	15,3	9,3	19,3	24,0

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 5, são apresentados os itens do inquérito relacionados com a qualidade dos serviços prestados, o enriquecimento cultural, o entretenimento apresentado pelas estâncias termais e a simpatia dos funcionários. Nos itens com melhor média destacam-se a higiene e limpeza das instalações, a qualidade dos serviços prestados, a qualidade dos tratamentos, as condições adequadas de higienização para evitar a propagação do novo Coronavírus e por último a simpatia dos funcionários.

Tabela 5. Qualidade dos serviços prestados

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Higiene e limpeza das instalações	4,72	5,00	5	0,592	0,7	0,7	1,3	20,7	76,7
Saúde e bem-estar	4,67	5,00	5	0,680	0,7	2,0	2,0	20,0	75,3
Qualidade dos serviços prestados	4,65	5,00	5	0,667	0,7	1,3	2,7	23,3	72,0
Pela higiene e qualidade da água	4,64	5,00	5	0,678	0,7	2,0	1,3	24,7	71,3



	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Qualidade dos tratamentos	4,63	5,00	5	0,799	2,0	2,0	2,0	19,3	74,7
Condições adequadas de higienização para evitar a propagação do novo Coronavírus	4,58	5,00	5	0,770	2,0	0,7	3,3	25,3	68,7
Relaxamento, pela paz e pela tranquilidade	4,58	5,00	5	0,837	2,7	1,3	2,7	22,0	71,3
Simpatia dos funcionários	4,57	5,00	5	0,762	1,3	2,0	2,7	26,0	68,0
Boa imagem que apresentam	4,44	5,00	5	0,923	2,0	4,7	4,0	25,3	64,0
Equilíbrio psicológico	4,34	5,00	5	1,104	6,0	2,7	5,3	23,3	62,7
Localização	4,29	5,00	5	0,952	2,0	6,7	2,7	37,3	51,3
Postura e relação das termas junto dos clientes	4,24	5,00	5	1,034	4,0	4,7	6,0	34,0	51,3
Custo do serviço prestado	4,17	4,00	5	1,058	5,3	3,3	6,7	38,7	46,0
Clima da região	3,88	4,00	5	1,236	6,0	12,0	10,7	30,7	40,7
Cultura e história	3,77	4,00	5	1,321	8,7	12,7	10,7	28,7	39,3
Enriquecimento cultural	3,76	4,00	5	1,353	12,7	6,0	11,3	32,0	38,0
Superestrutura de turismo apresentada	3,73	4,00	5	1,314	10,0	9,3	14,7	29,3	36,7
Socialização com pessoas com interesses comuns	3,68	4,00	5	1,342	10,7	12,0	10,7	32,0	34,7
Prazer da descoberta e da aventura	3,66	4,00	5	1,440	14,0	11,3	7,3	28,7	38,7
Variedade das atividades	3,64	4,00	4	1,316	10,0	12,7	12,0	33,3	32,0
Eventos especiais apresentados	3,62	4,00	5	1,288	8,7	12,7	18,7	28,0	32,0



	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Não tem importância	Pouco importante	Estou indeciso(a)	Importante	Muito importante
Entretenimento apresentado	3,56	4,00	5	1,343	10,0	14,7	17,3	25,3	32,7

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 6 são apresentados os itens do inquérito relacionados ao período pandêmico, com a Covid-19, para tentarmos perceber se os aquistas já se sentem seguros nas estâncias termais depois do confinamento. Relativamente aos itens com melhor média destacam-se que a limpeza e a desinfeção várias vezes ao dia são importantes, a lotação reduzida é uma mais-valia para a segurança e os aquistas acham fundamental apresentar o certificado de vacinação ou o teste negativo. Ou seja, os aquistas sentem-se seguros, mas ainda valorizam as medidas tomadas para diminuir a propagação do vírus.

Tabela 6. Regresso as termas depois da Covid-19

	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Discordo totalmente	Discordo	Estou indeciso(a)	Concordo	Concordo totalmente
A limpeza e a desinfeção várias vezes ao dia são importantes	4,63	5,00	5	0,727	0,7	2,7	2,7	20,7	73,3
Lotação reduzida é uma mais-valia para a segurança	4,36	5,00	5	1,045	2,7	6,7	6,7	19,3	64,7
Acha fundamental apresentar o certificado de vacinação ou teste negativo	4,35	5,00	5	1,024	4,0	3,3	6,7	25,3	60,7
Sente-se totalmente seguro/a	4,28	5,00	5	1,044	2,0	7,3	10,0	21,3	59,3
Escolhe as termas que	3,78	4,00	5	1,320	12,0	4,7	14,0	32,0	37,3



são certificadas pelo Turismo de Portugal - Clean & Safe									
Ainda tem receio, mas precisa dos tratamentos	2,86	3,00	1	1.597	32,0	16,0	8,7	20,7	22,7

Fonte: Elaboração própria

#### 4.2. Análise fatorial

A Análise Fatorial pressupõe a existência de um número menor de variáveis não observáveis subjacentes aos dados que expressam o que existe em comum nas variáveis iniciais. O valor estatístico de KMO (0,868) indica que as variáveis utilizadas permitem a realização de uma análise fatorial Boa e o nível de significância (Sig. =0,000), relativo ao teste de Bartlett, sendo menor que 0,05, implica que as variáveis estão correlacionadas de forma significativa, que segundo Pestana e Gageiro (2014) e Marôco (2018) permite uma ótima Análise Fatorial.

Para extração dos fatores ou novos componentes é utilizado o Método das Componentes Principais. Este método, como se pode ver na Tabela 7, apresenta um desenho da variância explicada pelos componentes, pelo que, analisando a tabela, é possível compreender que podem ser selecionados quatro fatores, responsáveis por 71,586% da variância. A Tabela 7 remete para a extração de quatro fatores. Também verificamos que os valores próprios dos quatro fatores são todos superiores a 1 (critério de Kaiser). Foram efetuadas diversas tentativas para que o loading de cada variável fosse superior a 0,5, isto é, foram retiradas sucessivamente as variáveis com loading inferior a 0,5 (Tabela 8).

A Análise Fatorial, resultou na extração de dois fatores responsáveis por 71,193% da variância total (Tabela 7). A variância não explicada, de 38,062%, poderá estar relacionada com outros fatores menos relevantes, resultantes de outras combinações das variáveis.

Tabela 7. Variância total explicada

Componente	Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	7,721	38,605	38,605	4,667	23,335	23,335
2	3,690	18,448	57,053	4,449	22,247	45,581
3	1,775	8,876	65,929	2,764	13,822	59,404
4	1,053	5,264	71,193	2,358	11,790	71,193

Método de Extração: análise de Componente Principal.

Fonte: Elaboração própria

O Alpha de Cronbach indica-nos a consistência de cada fator tal como é apresentado na Tabela 8. Vamos, de seguida descrever como foram denominados e interpretados os fatores selecionados a partir da análise das componentes principais (Tabela 8).

Tabela 8. Matriz de componente rotativa

	Componente				Interpretação dos fatores
	1	2	3	4	
Qualidade dos serviços prestados	,870				Qualidade das instalações e dos serviços
Higiene e limpeza das instalações	,860				
Pela higiene e qualidade da água	,796				
Qualidade dos tratamentos	,768				
Condições adequadas de higienização para evitar a propagação do novo Coronavírus	,714				
Saúde e bem-estar	,692				
Simpatia dos funcionários	,646				
Escape ao ambiente quotidiano		,888			Descanso
Libertar das rotinas de esgotamento e aborrecimento diário		,884			
Retiro de introspeção, exploração e avaliação do próprio		,815			
Passar as férias de modo mais saudável		,761			
Meditação		,742			
Ajuda a relaxar depois de um ano de quarentena/isolamento social devido à pandemia da COVID-19		,693			
Preocupação com a saúde			,787		Saúde e qualidade de vida
É um tratamento natural			,760		
Preocupação com o bem-estar			,733		
Procura de melhoria da qualidade de vida			,691		
Socialização com pessoas com interesses comuns				,841	Socialização e cultura
Enriquecimento cultural				,811	
Prazer da descoberta e da aventura				,731	
<i>Alfa de Cronbach</i>	,898	,912	,832	,845	

**Fonte:** Elaboração própria

Relativamente ao fator 1, a observação das variáveis que contribuem para explicar este fator permite-nos concluir que estamos perante aspetos ligados à qualidade das instalações e dos serviços da estância termal. Assim, este fator é explicado pela importância que as pessoas dão à higiene e limpeza das instalações, à qualidade dos serviços prestados, à qualidade dos tratamentos, à saúde e bem-estar e à simpatia dos funcionários, sendo que os itens apresentam uma boa consistência.

Relativamente ao fator 2, a observação das variáveis que contribuem para explicar este fator permite-nos concluir que estamos perante aspetos ligados ao descanso proporcionado pelas estâncias termais. Assim, este



fator é explicado pela importância que as pessoas dão ao escape do quotidiano, à libertação das rotinas e à procura de ambientes de introspeção e meditação, sendo que os itens apresentam uma consistência excelente.

No fator 3, a observação das variáveis que contribuem para a saúde e qualidade de vida. Assim, este fator é explicado pelas pessoas que se preocupam com a saúde e bem-estar, com os tratamentos naturais e com a melhoria da sua qualidade de vida, sendo que este fator apresenta uma boa consistência.

No fator 4, a observação das variáveis que contribuem para a socialização e cultura. Assim, este fator é explicado pelas pessoas que procuram a socialização com pessoas com interesses comuns, com o seu enriquecimento cultural e com o prazer da descoberta e da aventura. Este fator apresenta uma boa consistência.

### 4.3. Diferença de médias – Escolha por estas termas

A Tabela 9 apresenta as diferenças de médias estatisticamente significativas dos diversos itens do inquérito às termas, a nível da diferença de género. Conforme se pode observar existe um conjunto de itens onde as diferenças são estatisticamente significativas, sendo que em todos estes itens, as médias mais elevadas são apresentadas pelo género masculino.

Tabela 9. Teste-t para diferença de médias: sexo – escolha por estas termas

	Teste de Levene para igualdade de variâncias (aceitamos H0?)			Teste-t para igualdade de médias
	t-test (p-value)	Masculino	Feminino	t-test (p-value)
Realizar atividade recreativa	2,365	3,86	3,26	0,019
Ser uma atividade economicamente a preço acessível	2,340	3,80	3,20	0,021
Procura de um espaço de lazer e de férias	2,279	3,85	3,31	0,024
Localização	2,311	4,57	4,18	0,022

Igualdade de variâncias/médias: \*p<0,05; \*\*p<0,01 e \*\*\*p<0,001.

Fonte: Elaboração própria

Pode-se assim verificar que as pessoas do género masculino, dão mais importância (valorizam mais, são mais exigentes) que as pessoas do género feminino nos itens apresentados.

### 4.4. Diferenças de médias de idades

A Tabela 10 apresenta as diferenças de médias estatisticamente significativas dos diversos itens do inquérito às termas, a nível da diferença entre as pessoas com idade inferior a 59 anos e igual ou superior a 59 anos. Optou-se por escolher esta idade, por ser a idade média da amostra. Conforme se pode observar existe um conjunto de itens onde as diferenças são estatisticamente significativas, sendo que em todos estes itens, as médias mais elevadas são apresentadas pelas pessoas que tem uma idade igual ou superior a 59 anos.

Tabela 10. Teste-t para diferença de médias: idade - Pessoas com idade igual ou superior a 59 anos e com idade inferior a 59 anos

	Teste de Levene para igualdade de variâncias (aceitamos H0?)			Teste-t para igualdade de médias
	t-test (p-value)	Menores de 59 anos	Maiores ou iguais a 59 anos	t-test (p-value)



	Teste de Levene para igualdade de variâncias (aceitamos H0?)			Teste-t para igualdade de médias
Preocupação com a saúde	-2,686	4,44	4,78	,008
Preocupação com o bem-estar	-2,030	4,56	4,79	,045
Realizar terapia física	-3,00	3,82	4,40	,003
Realizar atividade social	-2,314	3,18	3,74	,022
Realizar atividade recreativa	-2,175	3,11	3,63	,031
Realizar atividades que não requerem esforço físico	-5,940	2,62	4,00	,000
Receita médica	-3,368	3,16	4,04	,001
Prestígio	-2,373	2,67	3,33	,015
É uma tradição fazer termas	-3,399	2,76	3,66	,001
É o melhor meio de cura	-3,090	3,78	4,32	,002
A água mineral é uma fonte de saúde	-2,140	4,27	4,54	,034
A água mineral é uma fonte de bem-estar	-2,000	4,36	4,59	,047
A água mineral é uma fonte de vida	-2,667	4,24	4,58	,009
Existe uma falta de interesse na criação de divertimentos locais	-2,425	3,04	3,54	,017
Existe uma falta de interesse na criação de programas de lazer na região	-2,189	2,96	3,41	,030
Existe uma falta de interesse na criação de atividades culturais e desportivas na região	-2,265	2,93	3,41	,020
A pandemia da Covid-19 diminui o número de atividades termais	-2,212	3,89	4,23	,044
Prescrição médica	-3,122	3,09	3,91	,002
Conhecimento destas termas por as ter frequentado anteriormente	-2,804	3,16	3,92	,006

Igualdade de variâncias/médias: \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$  e \*\*\* $p < 0,001$ .

Fonte: Elaboração própria

Pode-se assim verificar que as pessoas com idades iguais ou superiores a 59 anos, dão mais importância (valorizam mais, são mais exigentes) que as pessoas com idade inferior a 59 anos nos itens apresentados.

## 5. Conclusões

Este estudo teve como objetivo caracterizar o perfil dos frequentadores das termas em diferentes pontos de Portugal durante a pandemia de COVID-19 e os fatores que influenciaram sua escolha pelos serviços termais. Embora a atividade termal e o termalismo tenham sido baseados por muitos anos em suas características distintas, como as águas e atividades terapêuticas, o conceito evoluiu devido às novas exigências dos mercados e da sociedade. Isso levou a uma reformulação dos objetivos e da oferta, que agora se concentra na dimensão da saúde e bem-estar, baseada em conceitos como prevenção e reabilitação, além de novos hábitos de lazer e turismo.

Assim, podemos concluir que é urgente desenvolver estratégias que seduzam os clientes a procurar as termas nos meses mais desfavorecidos, para combaterem a sazonalidade evidente. Considerado produto turístico, o turismo de saúde e bem-estar envolve várias dimensões do ser humano, que culminam num equilíbrio corpo-mente-espírito. A oferta ligada ao turismo de saúde e bem-estar tem vindo, nos últimos anos, a atravessar um significativo desenvolvimento e diversificação, evoluindo do conceito terapêutico e curativo para a simbiose da terapia com o bem-estar. Nos últimos anos têm registado em Portugal a requalificação de muitos parques termais, bem como a adaptação de produtos e serviços às novas tendências do mercado. A

utilização da água termal, seja no termalismo clássico seja em programas de bem-estar, confere efeitos terapêuticos e de relaxamento que fazem deste tipo de oferta de turismo de saúde e bem-estar uma mais-valia competitiva interessante.

Os clientes das estâncias termais são indivíduos entre os 14 e os 91 anos, sendo que a idade média são os 59 anos. Isto indica que os aquistas que frequentam mais as termas são pessoas reformadas ou perto da reforma que se deslocam até as termas para usufruírem de tratamentos médicos tradicionais, pensando pouco nos tratamentos de spa/relaxamento. Grande parte destes aquistas é representado pelo sexo feminino, maioritariamente casados, que se deslocam até às termas sozinhas para desfrutar dos seus tratamentos. A média dos tratamentos dos inquiridos é de 8 dias, devido à sua idade são utentes com escolaridade até ao 9º ano, ou seja, pessoas menos instruídas. Mas são pessoas que se preocupam com a saúde e o bem-estar, sendo que grande parte delas respondeu que frequenta as termas 1/ou 2 vez/-es por ano. Isto indica que são pessoas que já usufruem destes tratamentos há vários anos. Estes aquistas têm alguma posse económica, visto que gastam em média 410,77€, ou seja, não é um valor significativo que dê para qualquer carteira. Sendo que alguns deles se deslocam das suas casas até as termas para descansar e pernoitam em hotéis, aumentando assim o valor das suas férias/estadias.

No que diz respeito ao grau de importância na escolha das termas destacam-se a preocupação com o bem-estar, preocupação com a saúde e procura da melhoria da qualidade de vida. Enquanto passávamos os questionários pelos aquistas percebemos que a grande preocupação das pessoas era melhoria da qualidade de vida depois de estarem em isolamento durante tanto tempo, muitas das pessoas diziam que vinham tentar recuperar-se mentalmente para benfeitorizar o ambiente familiar.

Sobre a água mineral os aquistas responderam que a água mineral é uma fonte de bem-estar, uma fonte de vida e uma fonte de saúde. Visto que a água mineral é o essencial para a realização dos tratamentos, seja ela no estado líquido ou gasoso. O meio envolvente das estâncias termais é apreciado pelos aquistas que são pessoas que procuram o bem-estar ligado à natureza. Os inquiridos destacam o bom alojamento local nas proximidades das termas, os preços razoáveis perto das estâncias termais e a facilidade em perceber os produtos turísticos locais e regionais. O ponto negativo que eles indicam é que a Covid-19 diminuiu o número de atividades termais.

Os aquistas apresentam o motivo da escolha das estâncias termais como o conhecimento e indicações das águas medicinais destas termas, o conhecimento destas termas por as ter frequentado anteriormente e a prescrição médica. Isto indica que são maioritariamente pessoas que já usufruíram destas termas anteriormente, sendo que gostaram dos tratamentos e do atendimento e voltaram a repetir em anos seguintes.

Numa parte final inquirimos sobre a qualidade dos serviços onde indicaram que a higiene e a limpeza das instalações é fantástica, a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais é excelente e pela higiene e qualidade das águas medicinais. Ou seja, são clientes que se preocupam com a higiene principalmente nesta fase de pandemia, onde todos os cuidados são poucos.

Os aquistas destacaram a limpeza e desinfecção várias vezes ao dia são importantes, a lotação reduzida é uma mais-valia para a segurança de todos e os mesmos acham fundamental apresentar o certificado de vacinação ou o teste negativo a entrada. Isto indica que as pessoas ainda têm medo e receio da propagação do vírus, sendo que vários aquistas disseram que contraíram o vírus e estavam nas termas para melhorarem as vias respiratórias que ficaram afetadas. Verificou-se que os fatores determinantes na escolha dos serviços termais são a qualidade das instalações e dos serviços, a procura de descanso, a melhoria da saúde e da qualidade de vida, e a procura de socialização e cultura.



Os resultados obtidos na investigação servem para refletir no que há a fazer na abordagem às estâncias termais, sendo que ainda há muitos aspetos a melhorar. Espera-se que este trabalho seja útil para evidenciar o perfil dos aquistas e as preferências dos mesmos pelas diversas estâncias termais.

## Referências

- Antunes J 2012. O (re)posicionamento do termalismo como estratégia de desenvolvimento turístico. O caso da região Dão-Lafões (NUTS III). *Revista Turismo and Desenvolvimento*, 3(17/18): 1469-1480. <https://doi.org/10.34624/rtd.v3i17/18.13205>
- ATP 2020. Relatório Estatístico 2019. Associação das Termas de Portugal.
- Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos (APRH). (2014). A água subterrânea. Available form: [https://www.aprh.pt/aguaeresiduos2014/pdf/programa\\_final.pdf](https://www.aprh.pt/aguaeresiduos2014/pdf/programa_final.pdf).
- Boekstein M 2014. Tourism, health and the changing role of thermal springs – should South Africa reposition Its thermal spring tourism product. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3 (2): 1-9.
- Cantista P 2008. O Termalismo em Portugal. *Anales de Hidrologia Médica*, 3(1): 79-107.
- Carvalho A, Pinto J, Tavares F 2020. Turismo – Desafios e Perspetivas. Edições Afrontamento, Porto.
- Cavaco C 2005. A diferenciação regional da função turística. *Geografia de Portugal, Parte XI, CAVACO, Carminda, O Turismo e as Novas Dinâmicas territoriais, Círculo de Leitores, Rio de Mouro*, p. 385-399.
- Cunha L 2006. A procura turística. In L. Cunha, *Economia e política do turismo*. Editorial Verbo, Lisboa.
- Didascalou E, Lagos D 2009. Wellness tourism: evaluating destination attributes for tourism planning in a competitive segment market. *Tourismos*, 4(4): 113-126. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v4i4.142>
- DGEG 2022. Direção Geral de Energia e Geologia. Available form: <https://www.dgeg.gov.pt/pt/areas-setoriais/geologia/recursos-hidrogeologicos/exploracao-de-aguas-minerais-naturais/termalismo/>
- Fazenda N, Ladeiras A, Vieira T, Barbosa D. 2009. Programa de Ação de Enfoque Temático Turismo de Saúde e Bem-estar para o Porto e Norte de Portugal – Agenda Regional de Turismo, Lisboa.
- Fernandes, J. (2006). *Thalassa, Thermae, Spa – Salute Per Aqua*. Coleção Viver Melhor, Plátano Editora, Lisboa.
- Fletcher R, Murray I, Blanco-Romero A, Blázquez-Salom M 2019. Tourism and degrowth: An emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12): 1745–1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>
- George D, Mallery P. 200). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and Reference*. 11.0 update (4th ed.). Allyn & Bacon, Boston.
- Guerra R 2016 *Turismo de saúde e bem-estar: Estratégia de desenvolvimento local para as Caldas da Cavaca*. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.



Global Wellness Institute 2020. History Of Wellness - Global Wellness Institute. Available form: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/history-of-wellness/>.

Gonçalves EC, Guerra RJ 2019. O turismo de saúde e bem-estar como fator de desenvolvimento local: uma análise à oferta termal portuguesa. *Revista de Turismo y Património Cultural*, 17(2): 453-472. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.030>

Hair Jr J F, Black WC, Babin BJ, Anderson RE 2005. *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Kelly C 2010. Analysing wellness tourism provision: A retreat operators' study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1): 108–116. <https://doi:10.1375/jhtm.17.1.108>.

Lourenço F 2012. O posicionamento do turismo de saúde e bem-estar. O caso das Termas de São Pedro do Sul. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Viseu, Viseu, Portugal.

Magariños A 2020. Utilidades preventivas y terapéuticas de la terapia termal respiratoria, riesgos y beneficios. Webinar – Termatalia. Availabe at: <https://galatermal.es/webinar-utilidades-preventivas-y-terapeuticas-de-la-terapia-termal-respiratoria-riesgos-y-beneficios/>.

Marôco J 2018. *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. 7. ed. ReportNumber, Lisboa.

Medeiros C, Cavaco C 2008. Turismo de saúde e bem-estar: termas, spas termais e talassoterapia. Universidade Católica Portuguesa, Lisboa.

Nahrstedt W 2004. Wellness: a new perspective for leisure centers, health tourism, and spas in Europe on the global health market. In C. Weiermair, K.; Mathies (Ed.), *The tourism and leisure industry: shaping the future* (pp. 181-198). New York: Haworth Hospitality Press.

Olivares DL, Bonfill JB 2004. Propuestas de desarrollo turístico integrado para un destino maduro de turismo de salud: Benassal. *Cuadernos de Turismo*, (13): 27-50. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18881>

Ortiz C, Pacheco A, Jatzire G 2016. Turismo Termal En La Ruta De La Salud, En Michoacán: Potencial De Desarrollo Regional. *Región Y Sociedad*, 28(65): 149-186.

Pestana M, Gageiro J., 2014. *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*. 6ª Edição. Edições Sílabo, Lisboa.

Pinto HG, Mangorrinhaj 2009. O desenho das termas: história da arquitetura termal portuguesa. Ministério da Economia e Inovação, Lisboa.

Quintela M 2004. Saberes e práticas termais: uma perspetiva comparada em Portugal (Termas de S. Pedro do Sul) e no Brasil (Caldas da Imperatriz). *História, Ciências, Saúde*, 11: 239-260.

Ramos A 2005. O Termalismo em Portugal: dos fatores de obstrução à revitalização pela dimensão turística. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.



Tavares FO, Almeida L, Pinto A, Tavares VC (2022). The Role of Stakeholders in Thermal Tourism: A Bibliography Review. In: Ratten, V., Braga, V. (eds) Stakeholder Entrepreneurship. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-7091-6\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-16-7091-6_4)

UNWTO 2018. World Tourism Organization and European Travel Commission, “Exploring Health Tourism – Executive Summary,” UNWTO, p. 16, 2018. Available form: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420308>.

Vasileiou M, Tsartas P 2009. The wellness tourism market in Greece - an interdisciplinary methodology approach. *Tourismos*, 4(4): 127-144. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v4i4.143>