



**Universidade Fernando Pessoa**  
[www.ufp.pt](http://www.ufp.pt)

**Universidade Fernando Pessoa**

**Pedro Miguel Conrado Dias Cardoso**

**Turismo de Saúde – Que futuro em Portugal?**

**Porto 2018**



Turismo de Saúde – Que futuro em Portugal?

**Universidade Fernando Pessoa**

**Pedro Miguel Conrado Dias Cardoso**

**Turismo de Saúde – Que futuro em Portugal?**

**Porto 2018**

Pedro Miguel Conrado Dias Cardoso

**Turismo de Saúde – Que futuro em Portugal?**

Pedro Miguel Conrado Dias Cardoso, nº 35891, aluno do **MBA Curso Avançado de Gestão de Organizações e Serviços de Saúde** declaro sob compromisso de honra, que a monografia é inédita e foi especialmente escrita para este efeito.

Assinatura: \_\_\_\_\_

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção **MBA Curso Avançado de Gestão de Organizações e Serviços de Saúde**,  
**sob a orientação do Professor Doutor Manuel Cardoso Oliveira**

## **Sumário**

O objeto central do estudo realizado é analisar o conceito de Turismo de Saúde, o qual contempla dois temas distintos, Turismo de Bem-estar que se prende com uma opção tomada pelo interveniente com o objetivo preventivo, tanto a nível físico, mental ou mesmo espiritual e Turismo Médico que corresponde ao ato de viajar com o objetivo de ser submetido a uma cirurgia ou adquirir algum tipo de cuidados médicos. Pretende-se com este estudo conseguir compreender o estado da arte, qual o futuro deste tipo de turismo em Portugal e quais as alterações que podem ser introduzidos de modo a promover e criar valor acrescentado para o desenvolvimento e conseqüente crescimento do Turismo de Saúde no país.

## **Dedicatórias**

A quem devo tudo aquilo que sou hoje:

Zelia Cardoso | Nelson Cardoso | Zelia Conrado Dias | José Conrado Dias

André Cardoso | Sandra Cardoso

## **Agradecimentos**

Ao meu orientador, Professor Doutor Manuel Cardoso de Oliveira, pela disponibilidade prestada não somente nesta última fase, mas acima de tudo pela postura de proximidade e disponibilidade ao longo de todo o curso.

Uma palavra muito especial, ao Dr. António Faria, pela sua amizade, apoio incondicional e estima ao longo dos últimos anos. Sem ele, tudo seria muitas vezes um somatório de intenções.

## Índice

Lista de abreviaturas.....	10
Objetivo e Relevância do Estudo.....	11
Metodologia.....	12
Introdução.....	12
1. Revisão da literatura.....	14
1.1. Turismo.....	14
1.1.2. Sector do turismo a nível Mundial.....	15
1.1.3. Sector do turismo a nível Nacional.....	17
1.2. Turismo de Saúde.....	19
1.2.1. Turismo Médico.....	23
1.2.2. Turismo de Bem-estar.....	27
2. Discussão.....	30
2.1. Análise das motivações da procura do Turismo de Saúde e reflexões sobre Que Futuro em Portugal.....	30
2.2. Poderá Portugal ser considerado um país de destino Turismo de Saúde? Quais as suas Potencialidades?.....	31
2.3. Mercados Alvo.....	35
2.4. Estratégia.....	35
3. Recomendações.....	38
4. Limitações do estudo.....	41
5. Impacto do trabalho.....	42
Bibliografia.....	44

## **Índice de figuras**

Figura 1 - Chegadas de turistas por regiões de destino, 2012-2016.....	15
Figura 2 - Balança Turística Portuguesa Viagens e Turismo, 2012-2016 .....	18
Figura 3 - Turismo Médico e Turismo de Bem-Estar .....	23
Figura 4 - Well-being e Fit-Ness.....	28

## **Lista de abreviaturas**

AEP – Associação Empresarial de Portugal

ETC - European Travel Commission

EUROSTAT - Gabinete de Estatísticas da União Europeia

FEM - Fórum Económico Mundial

HCP - Health Cluster Portugal

INE - Instituto Nacional de Estatística

JCI - Joint Commission International

OMS - Organização Mundial de Saúde

OMT - Organização Mundial de Turismo

ONU - Organização das Nações Unidas

OTA - Observatório do Turismo dos Açores

PALOP - Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

PIB - Produto Interno Bruto

SPA - Sano Per Acqua (cura pela água)

SRI - Stanford Research Institute

WTTC - World Travel & Tourism Council

## **Objetivo e Relevância do Estudo**

A escolha do tema, “Turismo de Saúde – Que futuro em Portugal?” assenta na importância crescente do turismo para a economia portuguesa. O país, não obstante, ser pequeno em dimensão geográfica e populacional tem vindo a provar que as várias regiões turísticas têm enormes potencialidades, aproveitando a beleza natural e clima ameno, o saber receber das suas gentes, a excelente e renovada oferta hoteleira aliada à prestação de cuidados de saúde de qualidade. Factos que são demonstráveis pelo aumento das receitas turísticas, que têm vindo a crescer a uma taxa média anual de 6,3% entre 2005 e 2015, passando de 6,2 mil milhões de euros em 2005 para 11,5 mil milhões de euros em 2015 ou ainda como podemos ver pela balança de viagens e turismo que apresenta um saldo de 10.860,66 milhões euros (dados do banco de Portugal). Por outro lado, é reconhecido na Estratégia 2027, que foi aprovada por Resolução do Conselho de Ministros 134/2017 de 27 de setembro, o enquadramento de projetos de Turismo de Saúde e bem-estar associado às propriedades terapêuticas do mar na tipologia de projetos prioritários. Desta forma, com este trabalho pretende-se ajudar a compreender a importância desta temática e contribuir para que instituições, empresas do sector e profissionais da área, despertem para a oportunidade crescente na área do Turismo de Saúde, ajudando a delinear com uma maior assertividade as suas estratégias para alcançar com sucesso projetos nesta área, sendo ainda importante pelo apoio que pode proporcionar na seleção e formação de melhores profissionais, tornando-os mais eficientes. Por último, permite ainda apoiar na criação de vantagens ao nível de melhoramento de processos.

Com esta monografia pretende-se elaborar uma análise, a mais exaustiva quanto possível, sobre esta temática, percebendo qual o estado da arte permitindo demonstrar o potencial, a importância e qual o papel do Turismo de Saúde no futuro do turismo em Portugal.

## **Metodologia**

Este estudo tem como objetivo ligar duas matérias, Turismo e Saúde. A escolha recaiu sobre as mesmas pelos factos já apontados, mas essencialmente pela pertinência que as duas matérias merecem na sociedade portuguesa, contribuindo assim para não se cair no erro de consumir informação desatualizada ou obsoleta.

De modo a produzir um estudo que forneça informação relevante, que permita compreender qual o estado da arte e construir uma análise crítica sobre o tema Turismo de Saúde em Portugal, foi essencialmente elaborado um estudo exploratório, baseado numa revisão de literatura. Assim, em primeiro lugar são apresentados e analisados dados sobre o turismo internacional e nacional, passando de seguida à apresentação e contextualização do conceito Turismo de Saúde a fim de perceber como surge este tipo de prática turística em Portugal; neste ponto tem especial importância a definição dos conceitos de Turismo Médico e Turismo de Bem-estar de modo a perceber e caracterizar o sector em território nacional. Nos capítulos seguintes são efetuadas reflexões sobre qual o futuro em Portugal deste tipo de turismo, que permitiram chegar a elaboração de algumas recomendações e limitações do estudo.

## **Introdução**

O presente trabalho, intitulado “Turismo de Saúde - Que futuro em Portugal?”, ganha especial relevância, pela demonstrada importância do turismo para a economia portuguesa, mas também por ter sido possível compreender através da revisão de literatura que é das áreas do turismo menos abordadas, o que permite aferir que o tema em questão necessita de ser estudado, discutido e analisado com mais pormenor.

As motivações dos turistas para viajar mudaram e têm vindo a crescer, no entanto muitas vezes estas novas motivações tocam-se ou até mesmo colidem com as já existentes (Cunha, 2006).

Segundo, o Observatório do Turismo dos Açores (OTA, Turismo em Observação, 2011), “O mercado turístico é cada vez mais diversificado, não se limitando aos contextos de sol

e mar tradicionais. O estilo de vida moderno é mais exigente, as pessoas vivem a maior parte do ano em situações de stresse e tensão, que esperam reduzir ou ultrapassar no período de férias”. Tal como exposto, pela afirmação, o turismo é um sector em constante mudança, em que o consumidor procura refugiar-se nele como forma de combate do stresse do dia a dia, sendo que é cada vez mais importante para esta “indústria” desenvolver e contemplar nos seus produtos esta vertente. Esta mudança e inclusão da componente saúde neste sector, levou a que muitas empresas olhem para o Turismo de Saúde como parte fundamental do seu negócio e estratégia (Muñoz, 2013). Torna-se fundamental desenvolver serviços que se coadunem com a necessidade de satisfazer as necessidades dos consumidores ligadas à componente da saúde (Dimitrovski D., 2015).

Contudo para compreender e estudar o tema Turismo de Saúde é necessário analisar outros dois conceitos que são parte integrante desta questão, por um lado o Turismo Médico que corresponde ao ato de viajar em busca do acesso a cuidados médicos (realização de cirurgias e restantes serviços de saúde no estrangeiro) e, por outro, o Turismo de Bem-estar, que se caracteriza pela opção de viajar em busca da promoção da saúde de uma forma preventiva, sendo que, existem várias formas de os países se dedicarem a este tipo de turismo. No entanto é de salientar que nesta vertente Portugal tem já um percurso histórico ligado principalmente ao turismo termal, sendo certo que necessitam de uma reforma urgente a maior parte das estâncias termais existentes no país (Carvão, 2009).

Ao analisar o Turismo de Saúde noutros países é possível perceber que aqueles que pretendem estar na vanguarda já se prepararam e desenvolveram uma estratégia ativa e coordenada de promoção, no entanto quando analisado o caso português percebemos que esta temática ainda é abordada, de uma forma geral, de um modo desintegrado pelos diferentes organismos e intervenientes.

Assim, com o presente trabalho pretende-se abrir caminho e suscitar o interesse para o tema em questão, ajudando a criar condições para um trabalho mais profundo de investigação.

## **1. Revisão da literatura**

### **1.1. Turismo**

O austríaco Herman Von Schullern Zu Schrattenhofen, em 1910, terá sido a primeira pessoa a criar uma definição para turismo, definindo como “o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, estada e partida de viajantes numa comuna, província ou um estado determinado e, por consequência estão diretamente ligadas entre eles”, (Cunha, 2010).

Uns anos mais tarde, em 1930, pelas mãos de Borman (citado por Fuster, 1967), aparece pela primeira vez uma definição que incorpora o carácter temporal da deslocação “o conjunto das viagens cujo objetivo é o prazer ou por motivos comerciais ou profissionais ou outros análogos e durante os quais a ausência da residência habitual é temporal. Não são turismo as viagens realizadas para deslocar-se ao local de trabalho” (Cunha, 2010).

Por sua vez os professores Hunziker e Krapf (1942) definiam turismo como um conjunto de relações que surgiam com a deslocação e permanência de alguém fora da sua residência; essas deslocações não podiam ser utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa, pois caso fossem, já não era considerado turismo (Cunha, 2010).

Por último, e não menos importante, de referir a definição emanada pela Organização das Nações Unidas (ONU) onde se pode ler que “o turismo compreende as atividades das pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu ambiente habitual, por não mais do que um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios ou outros fins” (United Nations, 1994). Desta definição resulta que, os visitantes se desloquem para fora da sua residência habitual, excluindo a rotina normal de trabalho, implica também que exista “uma viagem” e, normalmente, um meio de transporte para o destino (Cunha, 2010).

A busca por uma definição única, completa, que elenque em si todos os elementos e que seja ao mesmo tempo consensual entre todos os profissionais do sector está longe de existir, muito embora em todas as definições apresentadas na literatura se identifiquem elementos comuns. Estamos perante um sector em constante mutação, o que leva a que a sua própria definição seja atualizada ao longo dos tempos.

### 1.1.2. Sector do turismo a nível Mundial

É incontornável que o turismo e o número de turistas têm vindo a crescer ao longo dos anos. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), em 2016 ocorreram 1 235,2 milhões de chegadas de turistas internacionais em todo o Mundo, refletindo um crescimento de 3,9% (INE, 2017) em 2017. Na Europa registou-se um recorde histórico em chegadas de turistas internacionais (+8%), crescimento quatro vezes superior ao de 2016 e acima do crescimento mundial (+6,6%) segundo a ETC – European Travel Commission (European Travel Commission, 2017).

Figura 1- Chegadas de turistas por regiões de destino, 2012-2016

Unidade: 10<sup>6</sup>

Região	2012	2013	2014	2015	2016 (Po)
<b>Mundo</b>	<b>1 044,6</b>	<b>1 093,1</b>	<b>1 137,0</b>	<b>1 188,7</b>	<b>1 235,2</b>
Europa	540,1	565,7	575,2	602,6	615,2
Ásia e Pacífico	237,8	254,1	269,5	284,1	308,7
Américas	162,6	167,6	181,9	192,7	199,9
África	52,3	54,7	55,0	53,4	57,8
Médio Oriente	51,8	51,0	55,4	55,9	53,6

Fonte: UNWTO – Barómetro do Turismo Mundial, Junho de 2017

Segundo Carvão (2009) este crescimento está diretamente relacionado com as alterações introduzidas pela globalização, sendo que é possível identificar uma série de fatores que conjugados ajudam a melhor compreender o fenómeno:

- Aumento do rendimento disponível;
- Maior propensão a viajar;
- Acentuado crescimento dos mercados emergentes;
- Crescimento continuado dos mercados tradicionais;
- Mudanças demográficas: aumento da mobilidade internacional por motivos profissionais (resultado da globalização);
- Alterações sociais e tecnológicas;
- Diversificação dos destinos;
- Crescente liberalização do sector.

A importância do sector na economia mundial é facilmente demonstrada ao analisar os dados do relatório anual da WTTC (World Travel & Tourism Council), em colaboração com a Oxford Economics, onde é referenciado que em 2016 a contribuição do sector atingiu os 10,2% do PIB mundial e contribuiu para empregar 292 milhões de pessoas. É ainda referido no mesmo documento que para 2017 se perspectivava a continuação da criação de riqueza e emprego na economia global (WTTC, 2017).

As projeções da Organização Mundial de Turismo (OMT), para 2020, apontam uma taxa de crescimento anual de 4% com o número de turistas internacionais ascender a 1.6 mil milhões. África, Ásia e Médio Oriente, serão os destinos onde se fará sentir um maior crescimento, sendo que, a China deverá ser o país mais visitado do mundo.

Ao analisar o crescimento do turismo, é importante fazer referência a alguns aspetos demográficos como o envelhecimento da população, o aumento dos fluxos migratórios e a mudança generalizada na composição das famílias.

Outro aspeto que importa salientar é sobre o desenvolvimento tecnológico que tem sido uma alavanca para o crescimento do sector, sendo o responsável por permitir um acesso generalizado ao mercado. É hoje mais fácil, rápido e económico efetuar transações entre compradores e fornecedores facto que leva a uma diminuição dos preços e aumento do número de operações.

Outro fator que contribuiu para o fenómeno é o aumento do poder de compra nos países em vias de desenvolvimento, pois ao dotar as classes médias desses países de um rendimento superior, vai permitir o aumento do orçamento disponível para viagens.

No entanto, e embora pese no sentido oposto é importante fazer referência que nos últimos anos com o acentuar das ameaças sanitárias, terroristas e catástrofes naturais a questão da segurança é cada vez mais um elemento a ter em conta.

De notar que todas as questões abordadas anteriormente são de tal forma importantes que alteram o comportamento do turista. Este é hoje mais informado e esclarecido que nunca, sabe o que quer e como o pode adquirir. Como refere no seu trabalho (Carvão, 2009), o sector do turismo está em constante mudança e inúmeras novas tendências estão a crescer a um ritmo avassalador. De salientar: o crescimento exponencial das comunidades *online*, aumento do nível de especialização da procura e consequentemente da oferta, procura por pacotes turísticos de promoção do bem-estar, procura por serviços turísticos de

complementaridade, aumento das viagens *tailor-made*, procura pelo autêntico e recusa do artificial, novo conceito de luxo (procura pela exclusividade) e o aumento da procura por uma experiência autêntica.

### **1.1.3. Sector do turismo a nível Nacional**

O turismo é dos principais motores da atividade económica mundial, e Portugal não é de forma nenhuma exceção a regra, este sector tem ganho cada vez mais importância e preponderância no tecido económico português. Nos últimos anos, o sector tem assumido grande importância na economia nacional, com todos os indicadores do sector a crescer e, em alguns casos, com um crescimento mesmo superior ao esperado.

Portugal tem vindo a bater recordes ao longo dos últimos anos, por exemplo em 2016 as dormidas e os hóspedes, em termos de procura aumentaram 11,4% face ao ano anterior tendo atingido o número recorde de 59 milhões e de 21 milhões, respetivamente. Da análise que nos levam a estes resultados, é possível perceber que existe um claro crescimento em valor absoluto do mercado inglês, francês e alemão e por outro lado um enorme crescimento em termos relativos do Canadá e Estados Unidos (Relatório de Sustentabilidade, 2016).

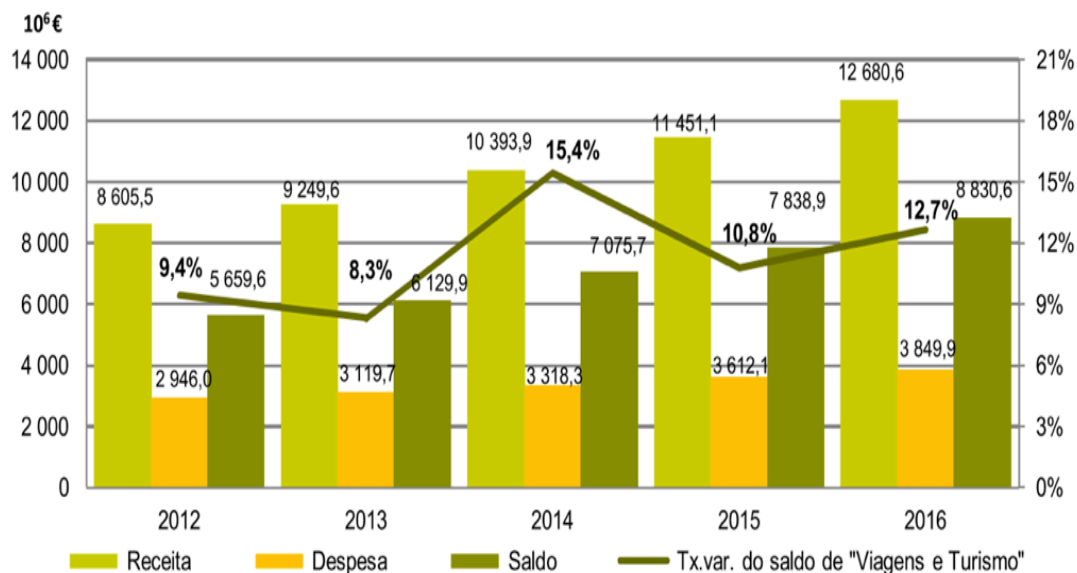
Com base no reporte de alguns dados das principais instituições oficiais, com publicações de dados estatísticos nesta área em 2015 e 2016, como a OMT (2016); Eurostat - Gabinete de Estatísticas da União Europeia (2016); INE - Instituto Nacional de Estatística (2016); FEM - Fórum Económico Mundial (2015), Portugal é o 26º país do ranking mundial no que se refere a receitas turísticas, é o 11º no ranking da UE a 28, é igualmente o 11º no que concerne a dormidas de estrangeiros em hotéis e similares e encontra-se em 14 dos destinos mais competitivos no mundo (Cardoso and Quelhas, 2014).

A nível económico, Portugal atingiu os impressionantes 12,7 mil milhões de euros de receitas geradas por turistas internacionais em 2016, mais 10,7% que no ano anterior, como veremos a seguir um valor fundamental para o equilíbrio da balança de pagamentos.

Analisando os dados do Banco de Portugal relativos a Balança de Pagamentos, é de evidenciar o crescimento em 1,9% do saldo da rubrica Viagens e Turismo em 2016

quando comparado com o ano de 2015. O saldo da balança turística foi de 8,8 mil milhões de euros, atingindo assim um máximo histórico.

Figura 1 – Balança Turística Portuguesa Viagens e Turismo, 2012-2016



Fonte: Banco de Portugal, Junho de 2017

Da análise do gráfico anterior, e de outros dados similares é possível perceber, que Portugal tem vindo a crescer de forma equilibrada e sustentável no que diz respeito à sua balança de pagamentos na rubrica do turismo.

Ainda do ponto de vista económico, importa referir que as receitas do turismo representam cerca de 6,4% do PIB nacional, valor muito superior ao registado por exemplo em 2010 em que era de 4,2%. Deste modo o turismo tem vindo cada vez mais acentuar o seu papel de ser a principal atividade exportadora do país, as receitas turísticas representaram, em 2016, 48,3% das exportações de serviços e 16,7% das exportações globais (Relatório de Sustentabilidade, 2016).

Existem ainda outros indicadores que demonstram e ajudam a compreender os bons resultados e o esforço das várias entidades para que o turismo em Portugal para além de se manter numa rota ascendente, esteja a crescer de uma forma sustentável. Com base nestes indicadores, comprova-se que por exemplo em 2016 Portugal somou recordes, sendo que podemos destacar: o crescimento conseguido através do aumento da atividade turística nos meses de época baixa, com impacto na diminuição do índice de sazonalidade

de 39% para 37%; o crescimento de 6,4% do emprego em atividades ligadas a restauração e agências de viagens; destaque para o facto de o crescimento ser significativo em todas as regiões do país, com especial ênfase nos Açores que atingiu um crescimento de 21%, o Norte com 14% e a Madeira com 13%; aumento da procura no Algarve no chamado *shoulder period*; um indicador bastante importante é igualmente o facto das receitas turísticas e dos proveitos hoteleiros crescerem a um ritmo mais acelerado do que aumento dos hóspedes; uma aposta de diversificação de mercados, com excelentes resultados nos mercados americano, brasileiro e polaco onde os crescimentos foram bastante expressivos; outro indicador demonstra que a aposta no mercado interno trouxe resultados com um aumento deste em 7% na contribuição para o crescimento do turismo; interessante é também o facto de Portugal ter sido referenciado por 16.011 durante o ano de 2016 enquanto destino nas mais diversas publicações mundiais; o turismo é cada vez mais importante enquanto sector exportador para o país sendo que foi responsável por 16,7% do total das exportações de bens e serviços; foram criadas 1500 novas empresas ligadas à animação turística; o sector do alojamento e da restauração é responsável por cerca de 6,1% do total de emprego nacional (Relatório de Sustentabilidade, 2016).

Todos estes indicadores são fundamentais para comprovar a dinâmica, importância e vitalidade cada vez maior que o turismo tem tido ao longo dos últimos anos na economia portuguesa, sendo que é notória a capacidade de geração de receita, a criação de emprego e acima de tudo assente em pilares sustentáveis que se demonstram pela atividade ao longo de todo o ano e de todo o território nacional. Estes resultados são assim cruciais para o bom desempenho de Portugal e para que seja hoje distinguido com prémios em todo o mundo, assim como tenha vindo a subir posições nos principais *rankings* mundiais do sector, já mencionados anteriormente

## **1.2. Turismo de Saúde**

As mudanças nas tendências e comportamentos dos consumidores, já abordados anteriormente neste trabalho, são muitas delas responsáveis pelo nascimento de novas formas de turismo. Contudo, estas novas formas cruzam-se e/ou colidem com outras já

existentes, muitas sendo até seculares. Veja-se o caso dos “SPAs” que nitidamente entram na esfera do termalismo, talassoterapia e climatismo.

Conceitos, como os anteriores (termalismo, talassoterapia e climatismo), estavam há muitos anos bem definidos, sendo que cada um identificava a atividade a que diziam respeito sem que levantassem grandes dúvidas para as instituições ou consumidores (Cunha, 2006).

Importa refletir, que muito embora com moldes diferentes dos atuais, o Turismo de Saúde remonta ao terceiro milénio antes de Cristo. Já em sociedades como antiga Mesopotâmia era usual atividade de viajar para o templo de Tell Barck (atual Síria) com o fim de tentar obter cura para doenças oftalmológicas. Outro local de igual importância há data era o santuário dedicado ao Deus Asclépio, que é considerado o primeiro centro de saúde em todo o mundo, onde já existiam à data peregrinações ao mesmo, e onde os peregrinos chegavam a pernoitar inúmeras noites a espera de um sonho que anunciasse e/ou revelasse um diagnóstico ou cura para determinada doença.

Mais tarde nos séculos XVI e XVII centros termais como Bath (R.U.) e St. Moritz (Suíça), eram já destinos procurados por turistas em que o objetivo era encontrar soluções para alguns problemas de saúde, estes eram essencialmente procurados para curar problemas de sífilis, gonorreia, reumatismo, paralisias ou mesmo cegueira (Ferreira, 2011).

Também Portugal não ficou alheio ao nível de descobertas de Turismo de Saúde, através dos romanos que criaram termas de grande esplendor e da contribuição de protagonistas como D. Afonso Henriques e D. Leonor de Lencastre no surgimento das termas em Portugal (Pereira, 2015).

No entanto, é apenas em 1972, pela mão da União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo (hoje a OMT), que surge a primeira tentativa de definição de Turismo de Saúde, assim definido como “aquele que implica a utilização de equipamentos sanitários que façam uso de recursos naturais, climáticos e termais em particular”. Desta definição, fica, no entanto, excluído tudo o que não tivesse um efetivo poder curativo e que não implicasse o uso de recursos naturais, apesar de assumir a “importância dos fatores psicológicos”. Mais tarde, em 1981, a OMT publica um estudo em que afirma a real necessidade de uma política de produtos “adaptados ao turismo moderno relativamente aos quais a saúde constitui a motivação principal” considerando para o efeito “programas

de Turismo de Saúde que num destino turístico permitam aos turistas elevar o seu nível de saúde e prevenir os diferentes fatores de risco especialmente os ligados aos modos de vida das sociedades modernas”. É nesta altura, que locais com os recursos naturais passam a ser classificados como destinos turísticos, os utentes como turistas e surge o conceito de prevenção em sentido alargado, deixando de ser contemplada apenas a cura (Cunha, 2006). Esta mudança de paradigma por parte da OMT, é bastante interessante, pois coloca em sintonia esta temática com a mudança também operada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no que diz respeito à própria definição de saúde que passa a ser considerada como “um estado completo de bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou enfermidade”.

Como em todas as matérias existem sempre diversas correntes de opiniões, neste caso havendo efetivamente autores mais tradicionalistas que preferem fazer uma separação entre Turismo de Saúde e Termalismo. Para estes, o termalismo e a talassoterapia deverão ser excluídos do Turismo de Saúde e os seus utentes não deverão ser considerados turistas. Segundo, (Goodrich, 1987) “o Turismo de Saúde não é mais do que a tentativa de um destino atrair turistas promovendo deliberadamente os seus serviços de cuidados de saúde em adição às suas atrações turísticas regulares”, pelo que nem deveria ser considerado como um tipo de turismo, mas antes um mero complemento (Cunha, 2006).

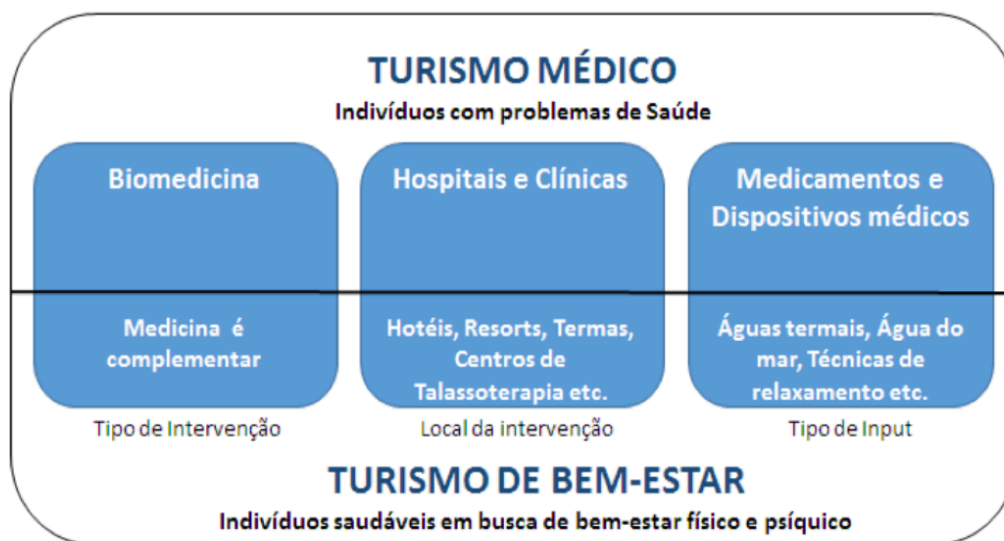
Assim, e muito embora o ato de viajar com o objetivo de alcançar algum tipo de benefício para a saúde não seja um conceito recente e venha a ganhar força e interesse nas últimas décadas, principalmente com o aumento da popularidade do Turismo de Saúde nos media nenhuma definição é unificada e universalmente aceite. Isto dificulta os trabalhos de pesquisa assim como a qualidade dos dados e a sua comparação (Connell, 2010).

Contudo, analisando as origens do sector do turismo e compreendendo que toda e qualquer viagem tem uma motivação, é possível concluir que a saúde é um motivo mais do que válido para um turista viajar, muito embora possam muitas vezes ser motivações que não dependam exclusivamente da vontade do próprio, mas também por motivos de força maior. Sendo que aliás, como comprovado anteriormente, esse motivo remonta já há muitos séculos (Pereira, 2015).

Desta forma, (Cunha, 2006) define Turismo de Saúde como “conjunto de produtos que tendo a saúde como motivo principal e os recursos naturais como suporte têm por fim proporcionar a turistas a melhoria do bem-estar físico ou mental.” Desta definição resultam algumas clarificações, se por um lado é obvio que o termalismo, a talassoterapia e o climatismo deverão estar integradas e classificadas como Turismo de Saúde, nem todos os produtos associados farão parte, como por exemplo os *day spas* e os *club spas*, mas já os *destination spas* ou os *cruise ship spas* sim farão parte. De salientar, que efetivamente o motivo principal para o turista, o que o faz percorrer o mundo, é a saúde e nas sociedades modernas, não é difícil encontrar motivos para justificar a proliferação deste tipo de turismo: a própria exigência social pela busca de uma melhor qualidade de vida; o aumento da esperança média de vida; a procura por um bem estar-físico até uma idade superior; aparecimento de novas doenças, ligadas ao estilo de vida moderno; aumento do interesse pelo “culto do corpo”; poluição das cidades; predisposição para efetuar férias mais curtas, mas mais vezes ao ano, em busca do descanso e recuperação física e psicológica; tendência crescente do número de viagens do público feminino (quer individuais, quer coletivas); aparecimento de inúmeros efeitos secundários da utilização de fármacos e sucessivos fracassos dos mesmos; estudos científicos que comprovam os benefícios e as vantagens termais no combate a determinadas doenças; mudanças no sistema de subsídio o que permite reembolsos em determinados casos. Estes são alguns dos motivos que levam a população, em geral, a aderir em maior número a este tipo de turismo (Pereira, 2015).

Muito embora, seja possível encontrar na literatura muitas definições de Turismo de Saúde o mais consensual é que este tipo de turismo se divide em dois segmentos fundamentais: por um lado o Turismo Médico, que é o ato de viajar para um outro país com o intuito de obter uma cura ou recuperação (por exemplo efetuar uma cirurgia, um tratamento ou um diagnóstico) e, por outro, as pessoas que procuram o bem-estar ou recuperação da forma. Não sendo tão usual, existem ainda autores que identificam um terceiro segmento, os das pessoas que não pretendem usufruir de qualquer tipo de cuidados, mas procuram o destino ou estância de saúde para aproveitar as condições e ambiente gerados pelas unidades para repousar ou terem contacto com a natureza (Cunha, 2006).

Figura 3 – Turismo Médico e Turismo de Bem-Estar



Fonte: adaptado de Carrera e Lunt, 2010

### 1.2.1. Turismo Médico

A primeira vez que o Turismo Médico é referido como conceito científico é num relatório da União Europeia em 1999, onde os países da linha da frente são a Suíça e a Alemanha (Pereira, 2015).

À semelhança de Turismo de Saúde, existem vários autores que apresentam definições para Turismo Médico, (Connell, 2006) definindo “como um nicho, que emergiu do rápido crescimento pelo que se tornou uma indústria, onde as pessoas percorrem frequentemente longas distâncias para países estrangeiros para obter cuidados médicos e cirúrgicos enquanto, simultaneamente, realizam as suas férias, no sentido mais convencional.” O Turismo Médico, é para muitos autores um segmento do Turismo de Saúde, que tem tido um forte crescimento nos últimos anos, é mais especificamente o ato de viajar para um destino diferente do da residência habitual, com o objetivo de usufruir de cuidados médicos, que não se encontram disponíveis no país de origem ou são inacessíveis, por exemplo em termos de custos ou pelos incomportáveis tempos de espera.

No entanto, esta opção ainda é vista pelos utilizadores com bastantes reservas, relutância que está presente devido aos riscos subjacentes à questão médica, e de certa forma porque

os países têm diferentes políticas e padrões de qualidade para a prática clínica, o que implica licenciamentos e certificações diferentes de país para país. Contudo, tem sido feito um esforço para minimizar esta situação, do lado da procura, passa por procurar hospitais acreditados internacionalmente e com médicos legalmente licenciados, por seu turno do lado da oferta existe uma maior preocupação na oferta de serviços com essas mesmas características. Procura-se assim diminuir o risco e a sensação inerente a este tipo de turismo (Ferreira, 2011).

Existem ainda outros riscos, que continuam a pesar na altura da tomada de decisão, como por exemplo o associado ao facto de viajar logo após a cirurgia. Uma forma de diminuição deste tipo de risco passa pela utilização de uma série de procedimentos preventivos, como por exemplo os médicos do país de destino imporem mais ou menos restrições ao paciente (em alguns casos alargando a obrigatoriedade de permanência no hospital). Outro receio dos turistas deste tipo de turismo, prende-se com a eventualidade do surgimento de alguma complicação inesperada e de puderem perder algum tipo de direitos legais e/ou forma de os fazerem valer, pois a legislação muda de forma significativa de país para país. Não menos importante é o risco acrescido de contágio de algumas doenças típicas dos países recetivos a que os sistemas imunitários dos visitantes não estão preparados. Existe ainda, muitas vezes, o problema da maior parte dos seguros de saúde não participarem nem permitirem tratamentos no estrangeiro, algo que tem vindo a mudar ao longo dos últimos anos, mas ainda assim uma condicionante a ter em conta para quem opta por esta solução (Pereira, 2015). De forma a colmatar algumas destas desvantagens tem-se assistido a algumas mudanças, por exemplo, por parte dos doentes/turistas estes tem optado por utilizar agências de viagens especializadas na matéria, pois são uma forma de garantia de acesso a um importante conjunto de informações quando se pretende viajar com esta finalidade, sentindo-se assim mais confiantes e seguros, também o maior volume de informação disponível na internet e o seu acesso generalizado facilitam e tornam mais céleres as pesquisas do turista na busca de informação sobre os destinos, instituições e organizações que está a pensar utilizar, facto que muitas vezes ajuda na tranquilização deste, até porque muitas vezes conseguem ter acesso a comentários de utilizadores que já usufruíram dos serviços. Temos igualmente assistido por parte das próprias instituições envolvidas uma preocupação em criar mecanismos que de alguma forma tranquilizem as ânsias dos seus utilizadores ou potenciais utilizadores, para isso, contribui o investimento em marketing, cada vez maior, que é fundamental na divulgação dos serviços disponíveis,

das próprias instalações e que permitem demonstrar a qualidade prestada. É também, disto exemplo a criação de associações reguladoras e certificadores de qualidade, como a Joint Commission International (JCI) que trabalha em conjunto com as organizações de saúde de cada país de forma a melhorar e garantir a segurança dos pacientes, através de uma acreditação e certificação das instituições de saúde. A título de exemplo em Portugal foram acreditadas até 2013 pela JCI 15 estabelecimentos de saúde (Pereira, 2015). Tem sido igualmente importante a participação em eventos ligados ao sector dos mais diferentes organismos, demonstrando uma clara dedicação no desenvolvimento de serviços de qualidade e que garantam segurança acima de tudo aos seus utilizadores.

Contudo, e apesar de todas as questões atrás elencadas, é inquestionável que o Turismo Médico evoluiu e a procura tem crescido ao longo da última década. Havendo dois grandes fatores que ajudam a compreender esta evolução: por um lado o aumento dos custos na saúde, nos países desenvolvidos, e, por outro, as filas de espera para obtenção de serviços médicos nesses mesmos países. Estes dois acontecimentos, levam a que cada vez mais pessoas procurem alternativas para o seu problema, fora dos seus locais habituais de residência, onde possam usufruir de custos mais baixos e de uma maior rapidez na obtenção de respostas para as suas questões.

O aumento dos custos no sector da saúde deve-se, como na sua obra defende (Barros, 2012), ao facto de o sector da saúde ser afetado por aquilo a que se chama Doença de Baumol, ou seja, por mais que o progresso tecnológico seja uma realidade na sociedade a saúde é um sector de mão-de-obra intensiva, e por maior que seja o progresso tecnológico o médico tem sempre um limite máximo de número de doentes que pode ver por dia, sendo que desta forma o crescimento de produtividade pela introdução de tecnologia não tem a expressão que tem noutros sectores. Um outro elemento, identificado pelo mesmo autor, refere o aumento do rendimento disponível, ou seja, a um aumento do rendimento *per capita* corresponde um aumento dos custos da saúde. Por último, é ainda identificável para o autor um terceiro elemento, o progresso tecnológico, especialmente relevante quando é aplicado em novas terapias e em novas tecnologias de tratamento, que tem um preço bastante superior às tecnologias precedentes.

Relativamente à questão das longas filas de espera para obtenção de cuidados médicos, é efetivamente um dos grandes problemas que alguns países desenvolvidos tem vindo a enfrentar alguns anos a esta parte. Já em 2007, o governo inglês publicou um relatório

onde afirmava que 900.000 britânicos esperavam por uma vaga para a sua intervenção cirúrgica (Ferreira, 2011).

Outras questões que tem igualmente influência não só no ato de ter a iniciativa de ser tratado num país estrangeiro, mas também na própria escolha do lugar para onde é efetuada essa viagem, passa pela questão de o turista ter a oportunidade de aceder a um tratamento que não existe no seu país, ter acesso a médicos internacionalmente reconhecidos e considerados especialistas, pelo facto de os custos dos próprios tratamentos serem inferiores é a forma de muitos cidadãos sem seguros de saúde nem participações no seu país de origem terem acesso a cuidados de saúde, aproveitando as poupanças adquiridas com esta opção para serem usadas para os cuidadores informais acompanharem o doente e obviamente o “dois em um” aproveitarem o facto de terem que realizar tratamentos médicos para ao mesmo tempo realizar atividades de lazer e repouso (Pereira, 2015).

Desta forma, e após uma análise pelos principais fornecedores deste tipo de serviços, é possível perceber que é hoje cada vez mais comum existirem já verdadeiros pacotes turísticos estandardizados e com tudo incluído, alguns exemplos são os pacotes para tratamentos de estética na Tailândia ou de tratamentos de fertilidade na Turquia e Israel, ou ainda, as cirurgias à hérnia inguinal no México.

Ainda relativamente ao Turismo Médico, e de modo a ser mais fácil analisar de seguida quais as suas potencialidades, é na literatura aceite que se segmente o mesmo em duas formas, ou seja, por áreas de intervenção e por tipo de tratamento (ambulatório ou internamento).

Quando falamos em áreas de intervenção ou por grupos de patologia, dividimos em dois subgrupos. O primeiro, Turismo Médico reativo, ou seja, quando o indivíduo se desloca para obter um tratamento por situação de necessidade e usualmente por conselho de um médico. No segundo caso, temos o Turismo Médico proactivo, quando se trata de uma opção pessoal por vezes não relacionado com um conselho médico. Muito embora não esteja devidamente investigada a questão, é aceitável assumir que este último terá mais peso no volume final de turistas na área do Turismo Médico (Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial, 2014).

Relativamente ao tipo de tratamento, existem duas grandes formas de o classificar: tratamentos com internamento e os tratamentos em ambulatório (quando o paciente é hospitalizado por um período inferior a 24 horas) (in McKinsey and Company, 2012).

Por último, de salientar que fruto de o Turismo de Saúde ser um fenómeno assente na globalização e na facilidade de mobilidade hoje em dia existente, podemos dizer que assistimos à transformação da mudança do conceito de “paciente” para “cliente”.

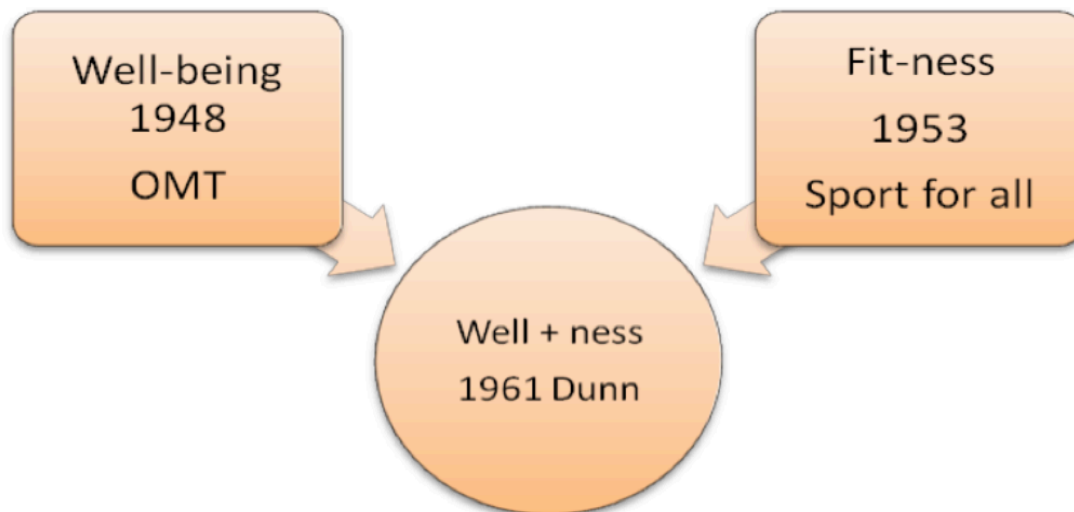
### **1.2.2. Turismo de Bem-estar**

Turismo de Bem-estar, ou “Wellness Tourism” (utilizando o termo anglo-saxónico), é considerado pela maioria dos autores, a semelhança do que acontece com Turismo Médico, a outra subcategoria do Turismo de Saúde. No entanto, para alguns autores e em certas publicações e documentos é tratado como sendo uma categoria específica, estes defendem que muito embora hoje em dia estes centros estejam equipados de forma a efetuar pequenas cirurgias de estética e/ou tratamentos mais complexos, na sua essência este tipo de espaços está preparado e vocacionado essencialmente para tratamentos de reabilitação, terapias físicas e hidroterapias (Ferreira, 2011).

A expressão “wellness” é fruto da combinação da palavra “wellbeing” (bem-estar) e da palavra “fitness” (aptidão física), assim tendo por base esta divisão da palavra o Dr. Halbert Dunn, procura definir “wellness” como “sendo o estado de equilíbrio do corpo, espírito e mente, alcançado através dos cuidados de beleza, de nutrição saudável, do relaxamento e atividade mental”. Desta forma, o foco passa pela garantia de tratar não somente o corpo, mas também a mente, mantendo estes saudáveis. Se no passado os indivíduos, se preocupavam com o seu corpo apenas com o surgimento de alguma doença, hoje em dia surge com a prevenção e com a necessidade que o indivíduo sente em sentir-se equilibrado psicologicamente e mentalmente para além de fisicamente (Cunha, 2006). O Turismo de Bem-estar reúne a sua volta uma série de conceitos médicos e científicos, incorporando a prevenção e uma certa visão holística. Esta ideia, é validada pela própria

OMS quando refere que este segmento incorpora um “conceito positivo: enfatizando recursos pessoais, sociais e aspetos físicos”.

Figura 4- WELL-being e Fit-ness



Fonte: Dunn, 1961

Na sua obra Adams (2013), identifica quatro princípios fundamentais a ter em conta quando falamos de bem-estar:

- 1) O bem-estar é multidimensional;
- 2) O foco deve ser orientado para identificar causas de bem-estar, e não causas de doenças;
- 3) O bem-estar é uma questão de equilíbrio;
- 4) O bem-estar é relativo, subjetivo ou percentual.

Estes quatro pontos, são fulcrais para se entender que o Turismo de Bem-estar tem associado a si uma série de características singulares, pois a sua procura é fruto de diversas motivações que podem ir do campo espiritual, à beleza (cosmética e estética) ou atividade física. O conceito de Turismo de Bem-estar traz consigo uma dimensão espiritual, psicológica e holística.

Para Ardell (1977), o conceito de bem-estar é uma forma do individuo melhorar o seu nível de saúde. Para alcançar esse objetivo (Ferreira, 2011) destaca 5 etapas:

- 1) Responsabilidade;

- 2) Consciência alimentar;
- 3) Boa forma física;
- 4) Boa gestão do stresse;
- 5) Sensibilidade com o meio ambiente.

Tudo aponta para que o este tipo de turismo continue com elevadas taxas de crescimento, a título de exemplo, segundo o Stanford Research Institute (SRI International), esta indústria representava 2 triliões de dólares em 2010. Estas previsões são alavancadas pelo envelhecimento da população e depois porque existe uma cada vez maior tendência generalizada para os indivíduos abandonarem a filosofia tradicional de obtenção da cura pela via do tratamento e passarem a optar por uma efetiva prevenção, orientando a sua procura para soluções com custo-efetividade superiores.

Para Smith e Kelly (2006), o avanço da ciência tem ajudado indiscutivelmente a tratar e manter o corpo saudável, contudo, problemas relacionados com questões mentais, emocionais e psicológicas são bastante mais difíceis de solucionar e nem mesmo os progressos tecnológicos tem ajudado à sua resolução. Uma das doenças que suscita de maior preocupação, pois prevê-se, que durante o século XXI, será a que irá ter maiores encargos é a depressão. Assim de modo a incrementar uma resposta mais eficiente na resolução destes problemas, existe uma consciência global que a resposta a estes casos passa por uma promoção do bem-estar, assim como uma atitude pró-ativa na prevenção, daí resulta uma crescente procura por este tipo de turismo (Ferreira, 2011).

Sabendo que o turista, que procura este tipo de turismo, pretende locais que lhe permitam interagir e relacionar-se diretamente com a natureza, usufruir dos recursos naturais, assim como da cultura local, em consonância com a utilização de serviços de saúde e bem-estar é fundamental que do lado da oferta exista um cuidado extremo com a garantia de padrões de qualidade, um pouco à semelhança do que acontece com o Turismo Médico. Acima de tudo, é fulcral que as expetativas geradas pelos fornecedores deste tipo de serviços vão de encontro as perceções dos clientes.

À semelhança do efetuado para o Turismo Médico, é proposto de seguida uma divisão em segmentos do Turismo de Bem-estar para mais fácil análise. Deste modo, e após análise da literatura, consideramos (Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial, 2014):

Termalismo – que tem como fim, a prevenção e reabilitação da saúde sendo que as terapias tem por base as águas minerais naturais.

Talassoterapia – com base em terapias com água do mar e onde o fim é a promoção da saúde e reabilitação.

SPA – que tem como objetivo para o turista o relaxamento, estética e bem-estar.

## **2. Discussão**

### **2.1. Análise das motivações da procura do Turismo de Saúde e reflexões sobre Que Futuro em Portugal**

O mercado de bens e serviços, é tão amplo que de forma a ser possível trabalhá-lo é necessário segmentá-lo por nichos específicos. Esta segmentação, visa dividir o universo da população de forma a ser possível um foco nas necessidades de cada minoria e nicho. O turismo é um desses casos, é caracterizado por diversos segmentos, neste trabalho apenas é abordado o segmento da saúde, e como já foi referido dentro deste temos subjacentes dois subsegmentos distintos: Turismo Médico e Turismo de Bem-estar; estes são dois conceitos diferentes, com especificações distintas, tanto nas motivações de quem os procura, nos *players* envolvidos e no seu próprio *modus operandi*, algo que já foi analisado em pormenor nos capítulos anteriores.

Podemos aferir através de um estudo efetuado pelo Eurobarómetro, em 2006, que mais de metade dos Europeus (53%) têm propensão para se poder deslocar para países diferentes do seu com objetivo de adquirir serviços de saúde. No mesmo inquérito, é possível perceber que os principais motivos são: diminuição do tempo pelo qual esperam por um determinado tratamento, redução dos custos, forma de obtenção de um tratamento mais eficaz e eficiente, pois ao viajar para outro país tem acesso a médicos com mais experiência ou reputação assim como ter acesso a tratamentos que não estão muitas vezes disponíveis no seu local de origem (Ferreira, 2011).

Como referenciado no Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial: Turismo de Saúde – 28 de abril de 2014, estima-se que o valor para o mercado mundial do Turismo Médico situar-se-á entre os 10.000 e 13.000 milhões de euros, contando com uma taxa de crescimento média de 13% ao ano. E que a nível do número de clientes rondara os 4 a 5 milhões ao ano. De salientar ainda, que a procura de serviços médicos em regime de internamento é claramente inferior aos procedimentos realizados em ambulatório, sendo que associação a pacotes complementares de Turismo e Bem-estar acontece com maior relevância neste último.

Importa ainda evidenciar alguns elementos que os consumidores deste tipo de serviços pesam na hora da escolha do país onde vão efetuar os seus tratamentos, são eles: o preço base dos tratamentos, a localização geográfica e sua proximidade ao seu país de origem, elementos culturais comuns entre ambos e questões como a língua ou emocionais com o destino proposto (Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial, 2014).

Após análise de alguns dos elementos que tem influência na procura deste segmento do turismo, sem prejuízo do que será debatido nos próximos capítulos, é expectável que Portugal acompanhe a tendência de crescimento mundial e seja efetivamente uma referência enquanto país recetivo deste sector, ou pelo menos, têm condições para que assim o seja. Para isso, contribui uma boa relação qualidade preço dos tratamentos, a sua localização geográfica privilegiada, onde a sua proximidade aos países Africanos é importante assim como por questões culturais ao mercado brasileiro fazem com que exista um mercado potencial de clientes por explorar muito significativo.

## **2.2. Poderá Portugal ser considerado um país de destino Turismo de Saúde? Quais as suas Potencialidades?**

Não existem dúvidas sobre a importância do sector do turismo tanto a nível internacional como para o nosso país, tal como tivemos oportunidade de analisar ao longo dos capítulos anteriores; o turismo é uma das principais fontes de receitas económicas em Portugal, sendo o sector com maiores taxas de crescimento nos últimos anos e com previsões de se manter no futuro. A capacidade de Portugal na atração de turistas estrangeiros, tem sido

vista em todo o mundo como um caso de sucesso. Para isso são fundamentais as mais valias do país tanto ao nível da beleza natural, de equipamentos hoteleiros de qualidade ímpar, e para todos os gostos desde hostels considerados como os melhores do mundo, mas também no segmento de luxo e, não menos importante, o clima de excelência. Portugal tem sabido aproveitar o destaque que a imprensa internacional tem dado as cidades de Lisboa e Porto como locais de excelência para *city breaks*, como tem realizado um aproveitamento do seu património, gastronomia, golf e sem esquecer as praias há muito conhecidas e exploradas.

É fundamental, no entanto, aproveitar as novas tendências e o crescente aumento do consumo neste sector. É imperioso analisar e refletir sobre que oportunidades existem e como se conseguem agarrá-las. É necessário, por exemplo, criar estratégias que consigam atuar sobre o problema da sazonalidade do sector.

No que ao Turismo de Saúde diz respeito, alguns números são demonstradores da importância deste subsegmento do turismo, por exemplo, num estudo encomendado pela Associação Empresarial de Portugal (AEP), a Câmara de Comércio e Indústria e pelo Health Cluster Portugal (HCP), pode ler-se que o Turismo Médico e Bem-estar “poderá contribuir com mais de 400 milhões de euros por ano para a economia portuguesa, em 2020”. No entanto, ao analisar o relatório “Definição da estratégia coletiva para o setor do Turismo Médico e Bem-estar português”, é possível perceber que grande parte deste valor é proveniente do Turismo de Bem-estar, sendo que o Turismo Médico contribuirá de uma forma modesta, passando dos 19 milhões de euros em 2016 para 94,6 milhões de euros em 2020 (Neoturis, 2014).

Esta importância crescente do sector do Turismo de Saúde, não tem sido esquecida pelas mais diversas instituições e organismos (públicos e privados) que estão cientes da questão. Prova disso é a proliferação de fóruns sobre o tema pelo país fora, a criação de plataformas *on-line* dedicadas exclusivamente a questão do Turismo de Saúde e do cluster da saúde português, como por exemplo <http://www.medicaltourisminportugal.com> e <http://www.healthportugal.com>, outros projetos dedicados ao tema e cofinanciados pelo Estado Português e pela União Europeia, como por exemplo, Healthy’n Portugal (criado entre a AEP – Associação Empresarial de Portugal e o HCP - Health Cluster Portugal), são apenas alguns exemplos. De referir ainda, a importância que o próprio Governo tem dado ao tema, o XXI Governo Constitucional, no seu programa para a saúde, estabeleceu

como uma das medidas prioritárias defender o SNS e promover a saúde, em todas as áreas da sua intervenção, inclusive tendo nomeado o Dr. José Miguel Marques Boquinhas como "Coordenador Nacional para Projetos Inovadores em Saúde" para os novos hospitais e Turismo de Saúde, através do Despacho n.º 11924/2016. Neste mesmo despacho, pode ler-se na alínea d) do nº2, que faz parte integrante das funções deste promover e dinamizar “as condições para a implementação e desenvolvimento do Turismo de Saúde na sua vertente médica conforme as conclusões do Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial para o Turismo de Saúde e de acordo com o plano de ações proposto, com vista ao desenvolvimento e crescimento deste produto de relevância estratégica para Portugal, estimulando a estruturação e a promoção conjunta das valências médica e turística” (Orçamento de Estado., 2016).

Fatores como os cuidados de saúde em Portugal estarem ao nível do que se pratica no resto da Europa, a um custo competitivo associados, a uma oferta turística de excelência, assim como condições naturais únicas fazem com que o País seja efetivamente visto com um forte potencial no Turismo de Saúde. Podemos elencar como fatores competitivos chave o facto de Portugal ocupar o 12º lugar no ranking da Organização Mundial de Saúde de sistemas de saúde, um número considerável de hospitais acreditados internacionalmente, capacidade disponível no que respeita a vagas, custos de transporte e alojamento bastante competitivos principalmente quando comparados com outros destinos do mesmo segmento, ter uma relação já pré-existente com alguns mercados chave e obviamente uma mobilidade facilitada para mercados europeus (Neoturis, 2014).

Será, contudo, importante referir que se por um lado no subsegmento Turismo de Bem-estar, Portugal à muitos anos que vem desenvolvendo o mercado (através dos agentes turísticos e da captação de clientes no mercado estrangeiro) no caso do Turismo Médico, embora como referido atrás o país tenha fantásticas condições para se poder afirmar enquanto polo recetor, a oferta não está de forma alguma devidamente estruturada enquanto produto nem se encontra devidamente organizada e estruturada de forma a ser uma referência no mercado internacional para captar novos clientes para as infraestruturas e serviços turísticos do país.

Obviamente o clima económico-financeiro vivido ao longo dos últimos anos em Portugal não foi igualmente favorável a grandes investimentos, principalmente no que ao sector público diz respeito.

Assim, se Portugal quer estar na vanguarda e distinguir-se pela positiva no mercado do Turismo Médico é fundamental trabalhar duas grandes áreas: o enquadramento jurídico relativo atividade e a reputação e promoção de Portugal no estrangeiro enquanto destino de Turismo Médico. Ao falar de enquadramento jurídico é necessário referir que em Portugal o caso do Termalismo é diferente dos outros segmentos de Turismo de Saúde, pois as estâncias termais estão sujeitas a legislação própria. Ainda, nesta questão é fundamental para Portugal a transposição da Diretiva da Mobilidade Transfronteiriça para cuidados de saúde.

O mercado do Turismo Médico, é um mercado fortemente concorrencial, não só os países que estão há mais tempo nesta “corrida”, mas também os que chegaram agora e se querem afirmar. É um mercado que ainda se está a desenvolver, onde a atratividade embora seja grande é necessário ter uma oferta diferenciadora da concorrência junto dos potenciais clientes.

Muito embora o segmento do Turismo de Saúde tenha assistido a um crescimento nos últimos anos Portugal ainda se encontra longe do fim no trabalho necessário para captar e ser uma referência como país enquanto primeira escolha para os potenciais clientes deste género de turismo a nível mundial, principalmente na vertente do Turismo Médico.

Alguns desafios que o país terá pela frente para concretizar este objetivo, passam por criar condições para captar turistas no seu país de origem, desenvolver o sistema público de saúde de forma a conseguir dar resposta a patologias que sejam diferenciadores, ajudar o sector privado a ultrapassar os seus constrangimentos e acima de tudo criar as condições para que Portugal seja associado lá fora como uma marca de qualidade no que respeita a serviços de saúde.

Podemos identificar alguns pontos chave, que são considerados mais valias que o país pode e deve aproveitar para se posicionar nesta corrida. Começamos pela localização privilegiada no globo, é considerado um país seguro (ocupa o 20º lugar do ranking Positive Peace Index (Institute for Economics and Peace, 2017)), é várias vezes referenciado pela comunicação social estrangeira e regularmente nomeado para prémios internacionais de turismo, (inclusivamente ganhou alguns, como por exemplo: Porto named European Best Destination 2017 by European Consumers Choice)), é considerado o 8º país no ranking de bem-estar, satisfação e qualidade de vida pelo Numbeo index 2017, tem um considerável numero de hospitais acreditados pela JCI, a maior parte das

instituições são certificadas pela norma ISSO 9001:2000, as empresas portuguesas do sector da saúde em geral são amplamente reconhecidas no estrangeiro como empresas de qualidade, tem indicadores de excelência no que diz respeito a taxa de mortalidade infantil e esperança média de vida e do ponto de vista de atividades de lazer é bastante completo (desde o Golf, atividades náuticas, praias, surf, etc) (Fórum Nacional SNS, 2017).

### **2.3. Mercados Alvo**

Portugal deve delinear a sua estratégia de penetração em novos mercados, no entanto terá que ser uma estratégia pensada e formulada com o cuidado que o tema merece. Portugal, não deve tentar promover-se à sorte, nem tentar chegar a um demasiado número de países. Antes porem, deve concentrar os seus esforços, de uma forma concertada entre as mais diversas instituições (públicas e privadas), delinear uma estratégia comum do ponto de vista de mercados, público e marketing.

Deste modo, aproveitando estas vantagens competitivas, Portugal pode aproveitar para se focar em determinados mercados, após uma análise da literatura sobre o tema, é razoável considerar como mercados alvo para o país quatro grupos de países: PALOP, Diáspora, Europa e o Norte de África.

Não sendo, de afastar mercados como a Rússia ou a China, fará mais sentido numa fase inicial uma aposta em países com algum tipo de proximidade geográfica ou cultural em que será mais fácil a penetração.

### **2.4. Estratégia**

O Turismo de Saúde em Portugal, começou por estar assente, como no resto do mundo, no turismo termal e onde o seu público alvo, a nível etário, são os idosos. Neste campo, Portugal precisa de inovar, é fundamental que o turismo termal sofra uma remodelação da sua estratégia, procure novos mercados, ofereça mais e melhores serviços e produtos

ligados a beleza, a forma física e ao bem-estar, apostando em programas de curta duração. É também premente um investimento na inovação e reformulação de algumas unidades hoteleiras. Por último, no caso do turismo termal é fundamental continuar a mudança de paradigma que já está em vigor, de complementar a ideia de um Turismo de Saúde virado para a cura com uma parte ligada a prevenção e procura do bem-estar.

No que ao Turismo Médico diz respeito, o usual, pela grande maioria dos países é utilizar simplesmente a estratégia do preço. Sendo que do lado da oferta, ainda é muito parecida nos mais diversos locais, apostando muito na cirurgia de estética. Assim, e a semelhança do que já tem vindo a ser feito por alguns países, Portugal deverá optar por se posicionar no mercado não só pelo preço, mas optar por vocacionar algumas unidades de saúde como centros de especialidade e de referência em determinadas especialidades, sendo que quanto mais complexas forem, maior será a sua vantagem competitiva comparativamente aos seus concorrentes. Esta escolha e análise deve ser pensada por todos os *stakeholders*.

Assim é fundamental que na estratégia desenhada para o Turismo de Saúde nacional, nomeadamente no que respeita à promoção internacional, sejam envolvidas todas as instituições que possam ter ligações diretas ou indiretas, como as instituições de saúde e/ou bem-estar, mas também hotéis, companhias de aviação, as próprias administrações de equipamentos como aeroportos e de mais instituições públicas e privadas. Importa ter em atenção que a regulamentação díspar entre os países, por exemplo no que respeita a transplantes ou utilização de células estaminais, tem uma grande influência no panorama da oferta e procura deste tipo de atividade (Ferreira, 2011).

Pelo atrás exposto, depreende-se a especial importância que tem o regime jurídico e sua aplicação nos países recetores de turistas, nomeadamente no que ao Turismo Médico diz respeito, para a competitividade do sector. Deste modo, é fundamental a análise do enquadramento jurídico do Turismo Médico em Portugal. Importa desde já compreender que o Turismo Médico, envolve por um lado o sector da saúde e seu enquadramento e por outro o do turismo, são ambos sectores amplamente regulados e estruturados. Contudo, embora não existe atualmente nenhum impeditivo ou proibição ao Turismo Médico, é claramente necessário adequar o quadro legal às novas tendências, principalmente pensá-lo como sendo atividades conjuntas e integradas. É fundamental que o Governo crie e mantenha um quadro jurídico favorável ao desenvolvimento do sector. É ainda de extrema importância para que Portugal esteja na linha da frente e possa aproveitar o

desenvolvimento mundial do sector do Turismo de Saúde que se debruce sobre temas como: os facilitadores de Turismo Médico, sendo que, são estas agências de viagens e/ou outras entidades que funcionam como agentes de Turismo Médico, que prestam consultadoria, agregam informação, serviços, produtos e os vendem como pacote, onde está incluído desde o processo médico, as viagens e atividades de lazer; outra questão fulcral é o regime de IVA, pois a diferença de taxas entre países e a sua aplicação pode ser o suficiente para distorcer o mercado a nível de preços, é assim antes de mais fundamental que a autoridade tributária se pronuncie qual o regime aplicar (regime geral, regime de isenção, regime de refaturação ou outro a criar), do ponto de vista de impacto positivo na alavancagem do Turismo Médico é obvio que seria potenciador a isenção do iva na totalidade dos serviços, pois implicaria um aumento de competitividade face aos países terceiros, no entanto é uma decisão complicada face ao enquadramento jurídico nacional e comunitário; proteção de dados é outro tema sensível devido ao facto de existir um número elevado de dados que inclusive circulam ou podem circular entre países diferentes (por exemplo dados clínicos, exames complementares, entre outros); outra questão pertinente é o regime de vistos, e a sua obtenção nos casos em que é obrigatório, neste caso, note-se que em Portugal já vigora o acordo de Schengen que permite aos consignatários a livre circulação de pessoas e adicionalmente a lei n.º 23/2007, de 4 de julho, regulamentada pelo decreto regulamentar n.º 84/2007, de 5 de novembro, que no n.º 1 do artigo 54.º, já contempla a concessão de visto a cidadãos estrangeiros e acompanhante, para a realização de tratamentos médicos, pelo período de 120 dias; certificação e acreditação, são vetores importantes para o reconhecimento da qualidade por parte dos potenciais interessados, assim é fundamental o apoio do estado através dos mais diversos mecanismos na certificação/acreditação das instituições; regime de exercício de medicina por médicos estrangeiros é crucial e importa incentivar a prática (também da forma regulamentar) para que o Turismo de Saúde se possa desenvolver, pois por um lado existem pacientes que pretendem vir acompanhados pelo seu médico do país de origem, e por outro os próprios hospitais ou instituições que pretendam fazer parcerias com médicos estrangeiros de forma a elevar a reputação do mesmo e assim atrair mais clientes; regimes de responsabilidade e cobertura de riscos, é fundamental que o quadro legal contemple regras claras de distribuição de responsabilidade entre os vários *stakeholders*; resolução de litígios, neste campo Portugal não tem a melhor reputação no exterior no que confere a celeridade o que prejudica o desenvolvimento do Turismo de Saúde, pelo que Portugal terá que fazer um esforço para contornar esta situação, a solução

poderá passar por os processos serem avaliados por tribunais arbitrais, pela constituição de um provedor, por promover a mediação e por último a criação de um fundo de garantia (serviria como garante de ressarcimentos a um lesado pelo incumprimento das obrigações pela outra parte) (Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial, 2014).

No que concerne à estratégia, não é possível encerrar o tema sem antes tecer algumas considerações sobre o tema da Promoção e Reputação de Portugal no sector em análise. Neste campo, é fundamental questões como a qualidade tantos dos profissionais de saúde como das próprias instituições e infraestruturas de suporte. E neste caso, embora Portugal esteja bem posicionado e reconhecido pela Organização Mundial de Saúde como tendo um excelente serviço nacional de saúde, é consensual que o país não é reconhecido como um forte destino de Turismo Médico e padece mesmo de uma verdadeira falta de notoriedade. Assim sendo, para inverter esta tendência é necessária uma aposta na promoção da hospitalidade e da qualidade. No campo da hospitalidade, Portugal é reconhecido no estrangeiro como um povo bastante afável e simpático, e como sendo um povo que comunica facilmente em idiomas estrangeiros, questões fundamentais para que os estrangeiros que procuram Turismo de Saúde se sintam confortáveis na escolha do destino. Quanto ao eixo da qualidade, já abordada anteriormente, é essencial trabalhar questões como a educação médica, os equipamentos e instalações e a acreditação e certificação (Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial, 2014). Por último é fundamental construir uma imagem à volta do conceito “Portugal Um País de Turismo de Saúde”.

### **3. Recomendações**

Após a pesquisa efetuada para o presente trabalho e analisado o estado da arte será possível apontar algumas recomendações. É inequívoco o crescimento exponencial da atividade turística em todo o mundo, pelo seu alargamento a um grupo cada vez maior de países e estratos populacionais, fruto das mais diversas razões. Podemos elencar: o envelhecimento da população nos países ocidentais e a mudança na composição das famílias, o aumento dos fluxos migratórios, o aumento do poder de compra dos países em

vias de desenvolvimento, o desenvolvimento da tecnologia que torna qualquer viagem à distância de um *click*, sendo que, todas estas questões são responsáveis para que exista um maior número de pessoas a procurar e com capacidade para viajar e usufruir de serviços conexos ao turismo. Contudo, não podemos falar apenas de crescimento, temos que ir mais longe e falar também de evolução e mudanças estruturais no sector; o turismo é hoje um sector completamente diferente do que era. Todos os dias surgem novas tendências e o turista é hoje mais informado, pelo que leva a que cresçam mais e diferentes motivos, destinos e causas, para viajar. Um desses motivos é efetivamente o Turismo de Saúde, muito embora não sendo com toda a certeza algo recente é hoje em dia que começa a ganhar relevância e interesse económico. O crescimento deste subsector do turismo, não se deve apenas à sua quota no aumento do turismo de uma forma generalizada, antes pelo contrário ajuda de uma forma autónoma e contribui para este crescimento por diversas razões. O subsegmento Turismo Médico contribui para o crescimento pelo facto de cada vez mais pessoas procurarem fugir das longas filas de espera no seu país de origem, irem em busca de serviços equivalentes noutros países a custos inferiores, terem acesso a tecnologias e profissionais de referência nas mais diferentes áreas da saúde. Já pelo seu lado, o Turismo de Bem-estar, com a mudança de paradigma na sociedade em que não se procura a cura, mas antes a prevenção, não só consolidou como cresceu a procura deste subsegmento. Portugal não é exceção a regra e também se soube posicionar e aproveitar esta tendência de crescimento no Turismo de Saúde. O país tem vindo a tornar-se um destino de excelência neste campo.

No entanto, para que este crescimento seja sustentável e para que Portugal se afirme como um *player* internacional e de referência para potenciais clientes deste tipo de turismo é fundamental que o nosso país se saiba posicionar neste mercado e para esse efeito é essencial criar condições para captar clientes nos mercados emissores. É neste campo que muito existe ainda para fazer, e vários são os passos necessários a dar para se desenvolver uma estratégia de sucesso.

É necessário que o país, à semelhança do que fez para outros tipos de turismo, crie, desenvolva e promova uma marca que torne conhecido no mundo Portugal como um país recetor na área do Turismo da Saúde e que sirva como um selo de qualidade e de garantia para os consumidores. Os clientes/turistas procuram cada vez mais segurança e certezas de que vão efetuar a escolha acertada quando tem que decidir, entre dirigir-se ao estrangeiro ou ficar no seu país para obter este tipo de serviço e mesmo quando a resposta à questão anterior é positiva vão ter que optar entre um destino em detrimento de outro.

Para responder a estas e outras questões o cliente tem hoje mais e melhores recursos ao seu dispor que lhe permitem um acesso célere a uma enorme quantidade de informação que o auxilia na tomada de decisão.

Para este feito, é importante perceber que se por um lado o país já tem uma série de mais valias, como a sua localização privilegiada no globo, sendo considerado a porta da Europa para países Africanos e da América Sul, estando claramente identificado internacionalmente como um país seguro e de pessoas afáveis, com bons índices internacionais de bem-estar, com um número generoso de hospitais acreditados internacionalmente, e profissionais de saúde (médicos, enfermeiros, auxiliares, etc.) com formação ao nível dos *standards* internacionais e até mesmo reconhecidos e premiados pelo mundo fora pelas suas capacidades, por outro, muito trabalho há ainda pela frente noutras vertentes.

Na vertente do Turismo de Bem-estar, é certo que o sector hoteleiro tem evoluído de uma forma ímpar e com uma qualidade acima da média. Existe no país uma grande diversificação de espaços para a prevenção, o tratamento e reabilitação das mais diversas questões ligadas a saúde. Aliás, Portugal é um país de uma forte tradição no que respeita a termas, contudo neste campo é necessária uma grande intervenção de modernização e recuperação de muitas delas se Portugal quer continuar a ser uma referência internacional nesta área. É igualmente, e necessário, aproveitar melhor a nossa posição geográfica que nos permite ser bastante competitivos em centros de talassoterapia, onde são aproveitados os princípios ativos da água do mar, em combinação com técnicas de tratamento corporal que servem não apenas para a cura, mas essencialmente para fins de carácter preventivo.

No campo do Turismo Médico, muito embora Portugal já conte com profissionais de excelência, hospitais e clínicas de referência, é fulcral que o país se posicione e evolua para a especialização e conseqüente desenvolvimento de técnicas inovadoras e diferenciadoras em algumas áreas, de forma a ser reconhecido internacionalmente nas mesmas.

Tendo em consideração o atrás exposto, não basta, no entanto, pedir e esperar que o sector privado atue sozinho, resolvendo todas as questões de fundo, antes, porém é fundamental que o setor público e, até mesmo, o terceiro sector se foquem e se concentrem no Turismo de Saúde. A título de recomendações podemos sugerir que o estado promova políticas de apoio e incentivos à modernização, reabilitação, reconstrução e manutenção de espaços, como por exemplo os balneários termais, que desenvolva políticas fiscais favoráveis para

o sector, que atue na vertente jurídica, por exemplo simplificando a obtenção de vistos para quem precisa deslocar-se até nós para efetuar tratamentos e seus acompanhantes, e igualmente muito importante a garantia de uma justiça rápida e eficaz em casos de litígios. Quanto ao terceiro setor, o estado deveria ajudar e incentivar a criação e promoção de associações sem fins lucrativos que se empenhem na divulgação de Portugal, principalmente no exterior, enquanto centro de acolhimento de Turismo de Saúde, associações que promovam a defesa dos direitos dos utentes, entre outras. Assim, é fundamental que haja uma interligação forte e coesa entre todos os *stakeholders* a atuar neste mercado. Deverá ser construída uma plataforma de interligação entre todos, para que a comunicação e definição de estratégias seja a mesma e no mesmo sentido; só assim será possível passar para o passo seguinte e fundamental: a criação da marca Turismo de Saúde Portugal. Contudo, mesmo após este passo, é necessário a sua divulgação, e esta não deve ser feita sem critérios, antes pelo contrário devem ser canalizados recursos e esforços para determinados mercados que à partida serão mais recetivos ao mercado português, como por exemplo os PALOP, o norte de África e países de língua portuguesa, com relevância para o Brasil pela dimensão da sua população.

Perante a tendência de crescimento do número de pessoas, tanto do turista internacional como dos portugueses que residem no estrangeiro que nos escolhem, e pelas potencialidades que existem para continuar a desenvolver o Turismo de Saúde em Portugal impõe-se que continuemos a protagonizar uma cultura centrada no doente e a fornecer serviços de excelência, apostando na mais moderna e completa tecnologia, em ambientes acolhedores, de fácil acesso e de qualidade elevada, gerando comodidade e segurança para aqueles que optam por nos escolher como local de eleição para este tipo de serviços.

#### **4. Limitações do estudo**

Após a pesquisa e revisão bibliográfica efetuada para a elaboração deste trabalho é possível perceber que existe um número bastante reduzido de material académico referente ao tema Turismo da Saúde. O material que existe muitas vezes não é fidedigno e tem que ser criteriosamente selecionado de modo a garantir a qualidade dos dados

recolhidos. Isto acontece muito, em parte, por ser um tema relativamente recente enquanto investigação académica o que leva a que exista uma falta considerável de dados, existindo ainda poucas estatísticas, e estudos de mercado, sendo que mesmo quando existem são insuficientes ou incompletos no sentido de sustentarem considerações e análises mais profundas sobre o tema. Uma outra dificuldade encontrada diz respeito à questão de na literatura muitas vezes os autores não convergirem em muitas das definições, e não considerarem o Turismo de Bem-estar um subsegmento do Turismo de Saúde, tal como o é o Turismo Médico. Também no que diz respeito a subdivisão do Turismo de Saúde em Turismo Médico e Turismo de Bem-estar muitas vezes não é clara, principalmente ao nível de apresentação de dados quantitativos, tornando muitas vezes difícil perceber a que subsegmento pertencem e classificá-los corretamente de modo a apresentar resultados de uma forma agregada.

Assim, tendo em conta que o trabalho teve um carácter meramente de revisão de literatura e de análise de dados estatísticos disponíveis, não podem ser retirados resultados sobre o tema em estudo mas apenas efetuadas algumas sugestões, pelo que é recomendado que seja realizado um estudo de investigação em que seja efetivamente elaborada uma análise conclusiva, onde sejam testadas varias hipóteses específicas e estudadas relações entre elas que permitam retirar dados estatísticos relevantes para a elaboração de um estudo mais completo.

## **5. Impacto do trabalho**

Tendo em conta que o trabalho se centrou numa análise de literatura, já não seria expectável, à partida, testar hipóteses e desenvolver conteúdo de investigação. No entanto, pelo o estudo efetuado, através da literatura observada e pelos dados analisados foi efetivamente possível adquirir conhecimento, compreender e refletir sobre o estado da arte. Com o conhecimento adquirido, foi possível não só filtrar e condensar a informação recolhida num único trabalho, expondo os dados do tema de uma forma simples e de rápida leitura que ajude o leitor de uma forma expedita a efetuar as suas próprias reflexões e posteriores conclusões.

Assim, o trabalho efetuado demonstrou-se bastante profícuo, na medida em que foi não só útil pelo atrás exposto para o autor e leitor, mas igualmente como sendo uma fonte de inspiração para desenvolver um trabalho mais completo que tenha como base um trabalho de investigação num futuro próximo.

## Bibliografia

- Adams et al., (2013). Promoting social responsibility amongst health care users: medical tourists' perspectives on an information sheet regarding ethical concerns in medical tourism, *Philosophy, Ethics and Humanities in Medicine*.
- Ardell, D. B. (1986). *High level wellness: An alternative to doctors, drugs, and disease* (10th anniv. ed.). Berkeley.
- Barros, P. P. (2012). *Economia da saúde: conceitos e comportamentos*. pp. 151-2018.
- Cardoso, C. e Quelhas, V. (2014). *Portugal Global*. pp. 12-23.
- Carvão, S. (2009). Tendências do turismo internacional. *Exedra - Revista Científica. Turismo e Património*, 17-32.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism management*, 27(6), 1093-1100.
- Connell, J. (2010). *Medical Tourism*. pp. 1-237
- Cunha, L. (2006). *Turismo de saúde—conceitos e mercados*.
- Cunha, L. (2010). *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário*. Diário da República. (2016). Ministério da Saúde - Gabinete Do Ministro. 192 (2), 3–4.
- Dimitrovski D., Todorović, A. (2015) Clustering wellness tourists in spa environment. *Tourism Management Perspectives*, 16, 259-265.
- European Travel Commission (2017). *European Tourism 2016- Trends & Prospects*. p. 54. Acedido em: 18 de julho de 2018. em: [http://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2016-trends-and-prospects-\(q4-2016\)](http://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2016-trends-and-prospects-(q4-2016))
- Ferreira, R. (2011) *Turismo de saúde em Portugal: turismo médico e turismo de bem-estar*. Acedido em: 18 de julho de 2018. Em: [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/4673/1/Tese\\_Ricardo%20Ferreira.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/4673/1/Tese_Ricardo%20Ferreira.pdf)
- Fórum Nacional (2017). *Turismo de Saúde Novos Hospitais*.
- Goodrich G. e Goodrich, J. (1987). “Health-care tourism - an exploratory study”. *Tourism Management*, 19, 217-222
- INE (2017). *Estatísticas do Turismo 2016*.
- Institute for Economics and Peace (2017) ‘Positive Peace Report: Tracking Peace Transitions Through A Systems Thinking Approach’, p. 108. Acedido em: 29 de julho de 2018. Em: <http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/10/Positive-Peace-Report-2017.pdf>

McKinsey and Company – Athens Office (2012), Greece 10 years ahead.

Muñoz, D., Muñoz, R. (2013) Critical issues in health and wellness tourism: an exploratory study of visitors to wellness centers on Gran Canaria. *Current Issues in Tourism*, 16:5, 415-435.

Neoturis e Accenture (2014). Definição da estratégia coletiva para o sector do Turismo de Saúde e Bem-Estar Português. Acedido em: 29 de julho de 2018. Em: <http://healthportugal.com/Quem%20somos/documentos/turismo-de-saude-e-bem-estar-estrategia-coletiva.pdf/view>.

Orçamento de Estado. (2016). Gabinete do Ministro Despacho n.º 11924/2016

OTA.(2011). Observatório do Turismo dos Açores - Turismo em Observação: nº8.

Pereira, J. B. (2015). Turismo Médico em Portugal.

Portugal, G. (2014). Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial: Turismo de Saúde. pp. 1–92.

Smith, M. and Kelly, C. (2006). “Wellness Tourism”, *Tourism recreation Research* Vol. 31 (1).

Turismo de Portugal. (2016). Relatório de Sustentabilidade.

United Nations, World Tourism Organization (1994). *Recommendations on Tourism Statistics*, Serie M, nº 83, United Nations, New York 1994.

WTTC (2017) ‘Tourism Economic Impact 2017: World’, World Travel & Tourism Council, p.1. Acedido em: 29 de julho de 2018. Em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>