



Mestrado de Estratégia de Investimento e Internacionalização

**Ecossistemas de Turismo de Saúde:  
Uma Abordagem Sistémica para  
Promover Portugal como Destino  
Global**

Marta Sofia Gonçalves Ferreira

LISBOA

2024



**INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO**

Mestrado de Estratégia de Investimento e Internacionalização

**Ecossistemas de Turismo de Saúde: Uma Abordagem Sistémica para  
Promover Portugal como Destino Global**

Marta Sofia Gonçalves Ferreira

Dissertação de Mestrado para  
Obtenção do Grau de Mestre  
em Estratégia de Investimento e  
Internacionalização

Orientador: Professor Doutor  
Agostinho Manuel Antunes da Silva

**LISBOA**

2024



## Resumo

O turismo de saúde tem emergido como uma das áreas de maior potencial no setor turístico, combinando serviços de saúde e bem-estar com experiências culturais e recreativas. Esta dissertação explora como Portugal, com a sua localização estratégica, clima ameno, recursos naturais diversificados, infraestruturas avançadas e um sistema de saúde competitivo, pode desenvolver e fortalecer um ecossistema sustentável e integrado de turismo de saúde. A abordagem principal da investigação assenta na "*Service-Dominant Logic*", um quadro conceptual que coloca a co-criação de valor como elemento central, sublinhando a importância da colaboração entre os diferentes *stakeholders*, incluindo instituições públicas, entidades privadas, comunidades locais e os próprios turistas, para gerar experiências únicas e de alta qualidade. O estudo identifica os principais desafios enfrentados pelo setor em Portugal, como a falta de coordenação entre os agentes, a necessidade de maior promoção internacional e o desenvolvimento de infraestruturas específicas para serviços de saúde e bem-estar. Paralelamente, destaca oportunidades estratégicas, tais como o crescente interesse global por turismo de saúde, o potencial da digitalização para personalizar e promover serviços, e o valor do posicionamento de Portugal como destino de referência na Europa. Para alcançar o objetivo de potenciar o ecossistema, são propostas ações concretas, organizadas em três eixos principais: inovação e qualidade, com investimento em formação especializada, tecnologias médicas e desenvolvimento de padrões de excelência nos serviços; marketing estratégico, com a criação de campanhas globais que promovam as vantagens únicas do país, destacando segurança, sustentabilidade e expertise em cuidados de saúde; e parcerias e governança, com o estabelecimento de redes colaborativas que promovam sinergias entre os setores público e privado, alavancando recursos e promovendo um ambiente de confiança e inovação. Conclui-se que o sucesso do turismo de saúde em Portugal depende de uma abordagem holística e integrada, que valorize a co-criação de valor e a sustentabilidade como pilares centrais. Portugal tem uma oportunidade única de se posicionar como líder nesta área, mas o caminho exige uma estratégia concertada e ações consistentes para construir uma proposta de valor distintiva. Este trabalho contribui para a discussão académica e prática, fornecendo um roteiro claro para transformar o turismo de saúde num motor estratégico de crescimento económico e social para Portugal.

**Palavras-Chave:** Turismo de saúde, *S-D Logic*, Inovação, Co-criação de valor, Ecossistemas de Saúde

## **Abstract**

Health tourism has emerged as one of the most promising areas in the tourism sector, combining health and wellness services with cultural and recreational experiences. This dissertation explores how Portugal, with its strategic location, mild climate, diverse natural resources, advanced infrastructure, and competitive healthcare system, can develop and strengthen a sustainable and integrated health tourism ecosystem. The main approach of the research is based on "*Service-Dominant Logic*," a conceptual framework that places value co-creation at the core, emphasizing the importance of collaboration among various stakeholders, including public institutions, private entities, local communities, and the tourists themselves, to deliver unique and high-quality experiences. The study identifies the main challenges faced by the sector in Portugal, such as a lack of coordination among stakeholders, the need for greater international promotion, and the development of specific infrastructures for health and wellness services. At the same time, it highlights strategic opportunities such as the global growing interest in health tourism, the potential of digitalization to customize and promote services, and the value of positioning Portugal as a leading destination in Europe. To achieve the goal of enhancing the ecosystem, concrete actions are proposed, organized into three main axes: innovation and quality, requiring investment in specialized training, medical technologies, and the development of excellence standards in services; strategic marketing, through the creation of global campaigns promoting the country's unique advantages, highlighting safety, sustainability, and expertise in healthcare; and partnerships and governance, involving the establishment of collaborative networks fostering synergies between the public and private sectors, leveraging resources, and promoting an environment of trust and innovation. The conclusion is that the success of health tourism in Portugal depends on a holistic and integrated approach that values co-creation and sustainability as central pillars. Portugal has a unique opportunity to position itself as a leader in this field, but achieving this requires a concerted strategy and consistent actions to build a distinctive value proposition. This work contributes to academic and practical discussions, providing a clear roadmap to transform health tourism into a strategic driver of economic and social growth for Portugal.

**Keywords:** Health tourism, S-D Logic, Innovation, Value co-creation, Health Ecosystems

## **Agradecimentos**

Tendo a presença de Deus, como guia e amparo, começo por expressar a minha maior, profunda e sincera gratidão a todos aqueles que, de uma forma ou de outra, foram faróis de luz e força ao longo desta jornada.

Ao meu orientador, Professor Doutor Agostinho Silva, não há palavras suficientes para descrever o impacto do seu inabalável apoio e da sua orientação ao longo deste percurso. A sua sabedoria, paciência e compromisso com a excelência foram pilares fundamentais na estruturação desta investigação. Agradeço não apenas pela sua capacidade de me desafiar intelectualmente, mas também pela amizade e pela confiança depositada em mim, mesmo nos momentos mais difíceis. Esta tese é fruto da sua generosidade em partilhar os seus conhecimentos e tempo.

Aos professores e colegas do ISG, especialmente aos que fazem parte do Mestrado em Estratégias de Investimento e Internacionalização, o meu reconhecimento profundo. Um agradecimento especial ao Professor Doutor Rui Moreira de Carvalho, cuja orientação inicial foi decisiva para a escolha do tema desta dissertação.

Aos meus colegas de curso e amigos, obrigado pela cumplicidade, pelas trocas de ideias e pelo apoio constante. A todos, mesmo que não mencionados aqui, saibam que o vosso apoio deixou marcas valiosas no resultado final.

À minha família, dedico um agradecimento que vem do fundo do coração. Ao meu marido e companheiro, Miguel, a tua paciência, o teu amor e a tua capacidade de me lembrar das minhas próprias forças foram um refúgio inestimável. Ao meu filho Rafael, a tua alegria e luz nos meus dias foram sempre o lembrete do “porquê” de seguir em frente. Aos meus pais, Hortênsia e Abel, e ao meu querido irmão Jorge, a vossa fé incondicional e o amor genuíno que me oferecem diariamente foram, sem dúvida, a força silenciosa que me permitiu persistir e alcançar este momento.

Este trabalho foi mais do que uma dissertação académica: foi um caminho de crescimento pessoal, marcado por desafios, superações e, sobretudo, por aprendizagens inestimáveis. Hoje, ao ver esta meta alcançada, sinto uma alegria profunda e um sentimento de realização.

A todos que caminharam comigo nesta etapa, deixo a minha gratidão eterna. Este feito não é apenas meu, é nosso.

Muito obrigada!



## **Abreviaturas e Acrónimos**

<b>AICEP</b>	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
<b>APHP</b>	Associação Portuguesa de Hospitalização Privada
<b>CAGR</b>	Taxa de Crescimento Anual Composta
<b>IoT</b>	Internet of Things - Internet das Coisas
<b>JCI</b>	Joint Commission International
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>RQs</b>	Questões de Investigação
<b>S-D LOGIC</b>	Service Dominant Logic
<b>SPAS</b>	Salus per Aquam - a cura pela água ou saúde pela água
<b>SWOT</b>	Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades), Threats (Ameaças)
<b>USD</b>	United States Dolar

## Índice

Resumo.....	I
<i>Abstract</i> .....	II
Agradecimentos .....	III
Abreviaturas e Acrónimos .....	V
Índice.....	VI
Índice de Figuras.....	VIII
Índice de Tabelas .....	IX
Capítulo 1. Introdução .....	1
1.1 Contextualização.....	1
1.2 Justificação e Motivação .....	2
1.3 Estrutura da Dissertação.....	3
Capítulo 2. Problemática do Setor de Turismo de Saúde em Portugal .....	5
2.1 Diversidade e Tradição: Os Pilares do Turismo de Saúde em Portugal .....	6
Termalismo: Uma Tradição Histórica com Relevância Contemporânea.....	6
Talassoterapia: Um Segmento com Potencial Subaproveitado .....	7
Turismo Médico: Infraestruturas Modernas e Excelência Privada .....	8
2.2. Compreender o Turista de Saúde: Motivações e Decisões .....	9
Características e Fatores de Influência .....	9
Processos de Tomada de Decisão .....	10
2.3 Análise SWOT: Explorando o Potencial do Turismo de Saúde em Portugal ...	11
Ambiente Interno .....	11
Ambiente Externo .....	12
Capítulo 3. Problema de Investigação e Objetivos.....	14
3.1. Objetivo Principal da Investigação .....	14
3.2. Objetivos Específicos e Questões de Investigação.....	14
Dimensão 1.....	14
Dimensão 2.....	15

Dimensão 3.....	15
3.3. Pilares de um Ecosistema que Cocrie Valor .....	15
Capítulo 4. Revisão da Literatura .....	17
4.1 Turismo de Saúde: Uma Perspetiva Sistémica e Centrada no Serviço .....	19
4.2. A Perspetiva <i>Service-Dominant Logic</i> Aplicada ao Turismo de Saúde .....	21
RQ1 na Perspetiva S-D Logic: A Escolha de Portugal como Destino de Turismo de Saúde .....	21
RQ2 na Perspetiva S-D Logic: A Confiabilidade das Fontes de Informação .....	22
RQ3 na Perspetiva S-D Logic: O Impacto dos Serviços Adicionais.....	23
Capítulo 5. Metodologia .....	25
5.1. Instrumento de Recolha de Dados Justificação e Motivação .....	26
5.2. Análise Estatística.....	26
5.3. Considerações Éticas .....	26
Capítulo 6. Resultados e Análise dos Dados .....	28
6.1. Descrição da Amostra.....	29
6.2. Análise de Fiabilidade.....	30
6.3. Análise descritiva dos Resultados.....	31
6.4. Testes de Hipóteses .....	34
Teste à Hipótese 1 (H1): Personalização e Cocriação de Valor .....	34
Testa à Hipótese 2 (H2): Confiabilidade das Fontes de Informação.....	36
Testa à Hipótese 3 (H3): Impacto dos Serviços Adicionais .....	38
Capítulo 7. Discussão dos Resultados.....	41
7.1. Personalização e Cocriação de Valor (H1) .....	41
Principais Fatores Identificados .....	41
Fatores Menos Relevantes .....	41
Implicações.....	42
7.2. Confiabilidade das Fontes de Informação (H2) .....	42
Principais Fatores Identificados .....	42
Fatores Menos Relevantes .....	42

Implicações .....	43
7.3. Atributos de Suporte no Turismo de Saúde (H3) .....	43
Principais Fatores Identificados .....	43
Fatores Menos Relevantes .....	43
Implicações .....	43
Capítulo 8. Reflexões Gerais: Posicionar Portugal como Líder no Turismo de Saúde .....	45
8.1. Qualidade e Personalização como Pilar Central .....	45
8.2. Confiança como Elemento Estruturante .....	46
8.3. Suporte Logístico e Operacional .....	46
8.4. A Necessidade de Sinergias no Ecossistema .....	47
8.5. Posicionar Portugal como Líder no Turismo de Saúde .....	47
Capítulo 9. Conclusões .....	49
9.1. Implicações Práticas e Teóricas .....	51
Implicações Práticas .....	51
Implicações Teóricas .....	52
9.2. Limitações do Estudo e Recomendações para Trabalhos Futuros .....	54
Limitações do Estudo .....	54
Recomendações para Trabalhos Futuros .....	55
Referências .....	57
Anexo A - Guião do Questionário .....	62

## Índice de Figuras

<b>Figura 1:</b> Termalismo - Águas minerais naturais em Portugal (Fonte: DGEG,2024) ..	7
<b>Figura 2.</b> Pontos de oferta não pública com internamentos agudos (Fonte: ERS,2023).....	8
<b>Figura 3.</b> Fluxo metodológico .....	25
<b>Figura 4.</b> Procedimento de validação e teste das Hipóteses .....	29

## **Índice de Tabelas**

<b>Tabela 1.</b> Análise SWOT ao Turismo de Saúde em Portugal .....	13
<b>Tabela 2.</b> Resultados da Análise de Regressão para a Hipótese 1 .....	35
<b>Tabela 3.</b> Resultados da Análise de Regressão para a Hipótese 2 .....	37
<b>Tabela 4.</b> Resultados da Análise de Regressão para a Hipótese 3 .....	39

# Capítulo 1. Introdução

## 1.1 Contextualização

Num mundo em constante transformação, onde a saúde e o bem-estar assumem uma relevância central, o turismo de saúde emerge como uma solução inovadora e estratégica para as exigências da sociedade contemporânea. A globalização, ao redefinir os mercados e setores económicos, tem fomentado a inovação e a interligação entre diferentes geografias, permitindo o crescimento de novas tendências no turismo, nomeadamente a combinação de serviços de saúde e experiências de lazer.

O turismo de saúde, enquanto setor específico, destaca-se por oferecer uma resposta integrada às limitações dos sistemas de saúde tradicionais em diversos países, bem como ao aumento da procura por alternativas que promovam o equilíbrio entre corpo e mente. Este segmento articula cuidados médicos especializados, terapias de bem-estar e atividades turísticas, refletindo o crescente interesse por estilos de vida saudáveis e experiências personalizadas.

A nível global, o turismo de saúde tem apresentado um crescimento assinalável. Dados recentes apontam que o mercado global de turismo médico deverá alcançar os *USD* 248,9 mil milhões em 2024, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 12,7% até 2034 (Saha, 2024). Este crescimento é impulsionado por fatores como avanços tecnológicos na área da saúde, a crescente acessibilidade de tratamentos em diferentes países e consumidores mais informados e exigentes.

Na Europa, a competitividade é evidente em países como Espanha, Hungria, Polónia e República Checa, que têm investido significativamente para se posicionarem como destinos atrativos no setor. Espanha é reconhecida pela qualidade em cirurgias estéticas, odontologia e tratamentos de fertilidade. A Hungria, por sua vez, tornou-se um polo de referência na área dentária, enquanto a Polónia e a República Checa têm apostado em infraestruturas de ponta e profissionais altamente qualificados, consolidando a sua relevância no mercado.

Portugal, apesar de não ser ainda um líder consolidado neste segmento, possui características únicas que o diferenciam no panorama internacional. A sua localização privilegiada, aliada a um clima temperado, infraestruturas hospitalares modernas e recursos naturais, como águas termais e spas, conferem-lhe um potencial significativo no turismo de saúde. Além disso, a reconhecida hospitalidade portuguesa e a

qualidade de vida no país são fatores intangíveis que contribuem para atrair turistas em busca de experiências holísticas.

Contudo, o país enfrenta desafios estruturais e operacionais. A visibilidade internacional limitada, a elevada competitividade global e a falta de integração eficaz entre os setores de saúde e turismo são barreiras que comprometem o pleno desenvolvimento deste mercado. A inexistência de uma oferta bem definida e de experiências personalizadas reduz a capacidade de Portugal de se destacar perante outros destinos europeus.

No entanto, com o crescimento acelerado do mercado global de turismo de saúde, Portugal encontra-se numa posição estratégica para se consolidar como um destino de excelência. Apostar na qualidade, inovação e integração de serviços será essencial para criar um ecossistema competitivo e sustentável, capaz de atender às necessidades dos turistas de saúde e, simultaneamente, fortalecer a economia nacional.

## **1.2 Justificação e Motivação**

O turismo de saúde constitui um setor de crescente relevância económica e social, impulsionado por fatores como a elevada procura por cuidados de saúde especializados, as limitações dos sistemas de saúde de vários países e a valorização de soluções integradas que promovam o bem-estar físico e mental. Este segmento destaca-se também pelo seu impacto económico: turistas médicos conseguem economizar entre 50% e 70% nos custos de tratamentos realizados no estrangeiro em comparação com os seus países de origem, evidenciando o potencial deste mercado global (Saha, 2024).

Apesar de Portugal apresentar vantagens competitivas significativas, como a sua localização estratégica, recursos naturais e qualidade de vida, enfrenta desafios que limitam o seu desenvolvimento no turismo de saúde. Entre os principais obstáculos encontram-se a limitada promoção internacional, a falta de integração entre os setores da saúde e do turismo e a ausência de experiências personalizadas que potenciem a satisfação e fidelização dos turistas.

É neste contexto que a *Service-Dominant Logic (S-D Logic)* assume especial relevância como perspetiva conceptual (Vargo & Lusch, 2004). Esta abordagem ecossistémica destaca-se por interpretar as interações entre os diversos atores como fundamentais para a cocriação de valor (Lusch et al., 2010). Em vez de uma visão linear e transacional, a *S-D Logic* propõe uma abordagem integrada, onde os recursos

e competências de todos os *stakeholders* – incluindo fornecedores de serviços, pacientes, profissionais de saúde e agentes do turismo – são mobilizados de forma colaborativa para criar experiências holísticas e personalizadas (Vargo, Wieland, et al., 2023). Esta perspetiva permite compreender o turismo de saúde como um ecossistema dinâmico, em que o valor é cocriado através da colaboração e interdependência dos seus elementos (Maglio & Spohrer, 2008).

A motivação para este estudo surge da necessidade de explorar como Portugal pode adotar uma abordagem ecossistémica para consolidar a sua posição no turismo de saúde, desenvolvendo estratégias inovadoras que promovam a integração e a colaboração entre os setores. Através desta visão, procura-se não apenas melhorar a experiência do turista de saúde, mas também criar um modelo sustentável e competitivo que posicione Portugal como um destino de referência global.

Este trabalho pretende, assim, contribuir para o fortalecimento do turismo de saúde em Portugal, analisando o papel das interações entre os diversos intervenientes e propondo soluções que valorizem a cocriação de experiências e a inovação colaborativa. O turismo de saúde, visto sob a lente da *S-D Logic*, representa uma oportunidade única para Portugal desenvolver um ecossistema integrado e diferenciado (Imschloss & Schwemmler, 2023), alinhado com as necessidades globais e com as tendências de um mercado cada vez mais competitivo (Fidan et al., 2023).

### **1.3 Estrutura da Dissertação**

A presente dissertação está organizada em nove capítulos, abrangendo desde a contextualização e fundamentação do problema até às conclusões e recomendações finais. A estrutura segue uma linha lógica e progressiva, detalhada como se segue:

Capítulo 1 – Introdução: Este capítulo apresenta a contextualização do tema, a justificação e motivação para a escolha do objeto de estudo, e a estrutura da dissertação.

Capítulo 2 – Problemática do Setor de Turismo de Saúde em Portugal: Enquadra o setor de turismo de saúde no país, destacando a sua diversidade e tradições, como o termalismo, a talassoterapia e o turismo médico. Inclui ainda uma análise das motivações dos turistas de saúde e uma avaliação SWOT do setor, explorando o ambiente interno e externo.

Capítulo 3 – Problema de Investigação e Objetivos: Define o objetivo principal da investigação, os objetivos específicos e as questões de investigação, com um enfoque

na abordagem *S-D Logic* como base teórica para a criação de um ecossistema sustentável.

Capítulo 4 – Revisão da Literatura: Revisa o estado da arte sobre turismo de saúde, destacando a perspectiva sistêmica e centrada no serviço, e explora o enquadramento da *S-D Logic* no contexto português, abordando as questões de investigação e hipóteses formuladas.

Capítulo 5 – Metodologia: Descreve o instrumento de recolha de dados, os métodos de análise estatística aplicados e as considerações éticas que orientaram a investigação.

Capítulo 6 – Resultados e Análise dos Dados: Apresenta a análise descritiva da amostra, os testes de fiabilidade e os resultados das hipóteses formuladas. As hipóteses são analisadas individualmente: H1 (Personalização e Cocriação de Valor), H2 (Confiabilidade das Fontes de Informação) e H3 (Impacto dos Serviços Adicionais).

Capítulo 7 – Discussão dos Resultados: Discute os resultados obtidos, organizados em torno das três hipóteses, destacando os fatores mais e menos relevantes e as suas implicações.

Capítulo 8 – Reflexões Gerais: Este capítulo explora as oportunidades estratégicas para posicionar Portugal como líder no turismo de saúde. São analisados temas como a qualidade, personalização, confiança, suporte logístico e a necessidade de sinergias no ecossistema.

Capítulo 9 – Conclusões: Apresenta as implicações práticas e teóricas do estudo, as limitações identificadas e recomendações para futuras investigações.

A dissertação termina com as Referências Bibliográficas e o Anexo A, que inclui o questionário aplicado no estudo. Esta organização visa assegurar uma abordagem abrangente e estruturada ao tema, guiando o leitor através das principais etapas da investigação.

## Capítulo 2. Problemática do Setor de Turismo de Saúde em Portugal

O setor do turismo em Portugal é amplamente reconhecido como um dos pilares da economia nacional, contribuindo significativamente para o Produto Interno Bruto (PIB), a geração de emprego e o desenvolvimento regional. Nos últimos anos, verificou-se uma expansão notável na qualificação dos recursos turísticos, na capacidade de alojamento e na intensificação da procura, consolidando o país como um destino de referência no panorama global do turismo. Dados recentes destacam a influência crescente do turismo no consumo nacional, representando 12,7% do PIB e 18% das exportações de bens e serviços em 2023, com um aumento significativo face a anos anteriores (Governo da República Portuguesa, 2024; INE, 2024).

Neste contexto, o turismo de saúde surge como um segmento estratégico e promissor dentro da indústria do turismo. Este nicho transcende os cuidados médicos convencionais, ao integrar ofertas de bem-estar, termalismo, talassoterapia e atividades ligadas à saúde física e emocional. A conjugação de serviços médicos com experiências turísticas holísticas posiciona o turismo de saúde como um motor de desenvolvimento económico e social, com potencial para diversificar a oferta turística nacional e atrair novos mercados internacionais.

Portugal apresenta vantagens competitivas claras neste setor, incluindo infraestruturas de saúde de alta qualidade, profissionais qualificados, recursos naturais únicos e uma reputação de hospitalidade. Contudo, enfrenta desafios estruturais e estratégicos que limitam o seu potencial de crescimento. A promoção internacional limitada, a fragmentação na oferta de serviços e a falta de integração entre os setores de saúde e turismo são barreiras que dificultam a consolidação de Portugal como destino de excelência no turismo de saúde.

A nível global, a procura por tratamentos médicos e serviços de bem-estar está a aumentar, impulsionada por fatores como o envelhecimento da população, os custos elevados dos cuidados de saúde em muitos países e a globalização do acesso aos serviços médicos. Neste cenário, Portugal possui condições para competir, mas necessita de um plano estratégico que integre todos os *stakeholders* do ecossistema de turismo de saúde. A perspetiva ecossistémica da *S-D Logic* oferece um enquadramento relevante (Wieland et al., 2017), ao destacar a importância da colaboração e da cocriação de valor entre os diferentes intervenientes (da Silva & Cardoso, 2024a), incluindo hospitais, operadores turísticos, spas, profissionais de saúde e turistas.

A diversidade da oferta de turismo de saúde em Portugal é um dos seus principais trunfos. Desde tratamentos médicos avançados, como cirurgias cardiovasculares e ortopédicas, até experiências de bem-estar e relaxamento em ambientes naturais, o país apresenta uma proposta atrativa e diferenciada. No entanto, é necessária uma maior coordenação e alinhamento estratégico entre os setores público e privado para promover o desenvolvimento sustentável do turismo de saúde.

O reconhecimento internacional de Portugal no setor da saúde, exemplificado pela acreditação de oito instituições médicas pela *Joint Commission International* (JCI) e pela posição de destaque no *Travel & Tourism Development Index*, demonstra o progresso alcançado (*JCI-Accredited Organizations, 2024; World Economic Forum, 2024*). Contudo, o potencial do turismo de saúde como vetor de crescimento económico exige uma visão abrangente e estratégica. Investimentos em infraestruturas, formação, certificação e promoção internacional são essenciais para posicionar o país como um destino competitivo e de excelência.

Adicionalmente, projetos como o Healthy'n Portugal e parcerias com entidades como a AICEP, APHP e Health Cluster Portugal têm evidenciado o potencial do turismo médico como parte integrante do ecossistema de saúde e turismo nacional. Estas iniciativas, embora promissoras, necessitam de maior articulação e continuidade para alcançar os seus objetivos.

Em suma, o turismo de saúde em Portugal encontra-se num ponto de inflexão. O país possui condições favoráveis para se destacar como um destino líder, mas enfrenta desafios que requerem uma abordagem estratégica, colaborativa e integrada. A construção de um ecossistema de turismo de saúde robusto e sustentável poderá não só diversificar a economia nacional, como também consolidar Portugal como um destino de referência internacional neste segmento em crescimento.

## **2.1 Diversidade e Tradição: Os Pilares do Turismo de Saúde em Portugal**

Portugal oferece uma vasta e diversificada gama de serviços no âmbito do turismo de saúde, apoiada pela sua rica tradição, recursos naturais únicos e modernização contínua. Este segmento inclui termalismo, talassoterapia e turismo médico, cada um desempenhando um papel fundamental na construção da reputação do país como destino atrativo para turistas nacionais e internacionais.

### *Termalismo: Uma Tradição Histórica com Relevância Contemporânea*

O termalismo é uma das vertentes mais antigas e reconhecidas do turismo de saúde em Portugal, com origens que remontam à época romana, onde as águas

minerais eram valorizadas pelas suas propriedades terapêuticas (Lepierre et al., 1930).

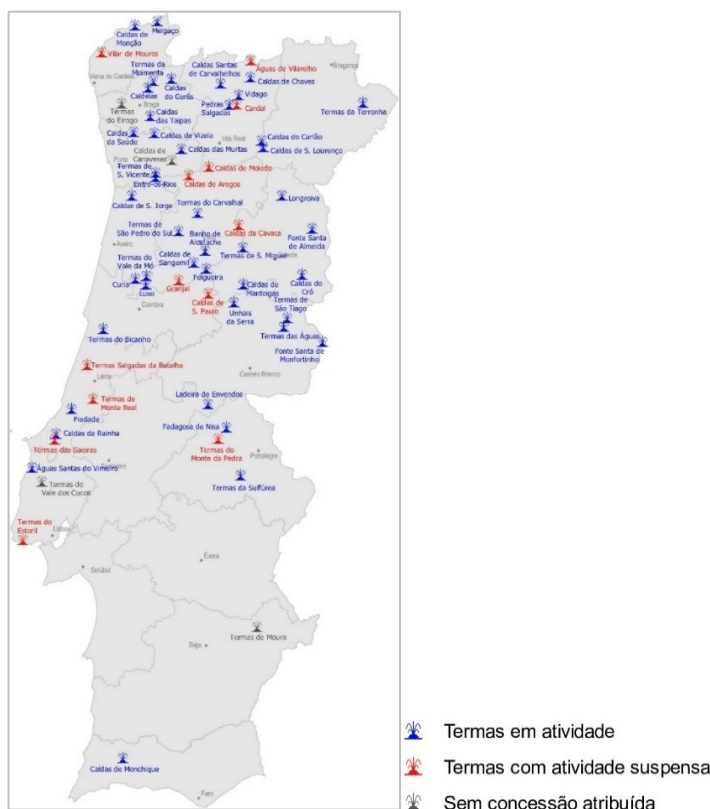


Figura 1: Termalismo - Águas minerais naturais em Portugal (Fonte: DGE, 2024)<sup>1</sup>

Durante os séculos XVIII e XIX, as estâncias termais atraíram a aristocracia europeia, colocando Portugal no mapa como um destino relevante para tratamentos de saúde.

Hoje, o termalismo mantém-se como um segmento robusto, com 44 estâncias termais ativas em 2024, localizadas principalmente no Norte e Centro do país (Gonçalves & Guerra, 2019). Entre os destinos mais emblemáticos destacam-se Caldas da Rainha, Monchique e São Pedro do Sul, que combinam tradição com inovação, oferecendo terapias modernas validadas cientificamente. A Universidade do Porto, por exemplo, continua a liderar a formação em Climatologia e Hidrologia, conferindo competências essenciais para a prática da Medicina Termal (Diário da República, 1930) (Figura 1).

### *Talassoterapia: Um Segmento com Potencial Subaproveitado*

Com uma vasta costa atlântica e águas ricas em nutrientes, Portugal apresenta condições ideais para a prática da talassoterapia. Apesar deste potencial, o setor

<sup>1</sup> <https://www.dgeg.gov.pt/pt/areas-setoriais/geologia/recursos-hidrogeologicos/exploracao-de-aguas-minerais-naturais/termalismo/>

permanece subexplorado em comparação com países como a França e a Espanha, que possuem legislação específica e incentivos para desenvolver esta atividade (Zacarias, 2023).

Os principais centros de talassoterapia situam-se no Algarve e na Madeira, sendo a instalação na Nazaré, inaugurada em 2012, um exemplo de modernidade. O Algarve abriga um dos cinco melhores centros mundiais, conforme relatado por publicações especializadas (*Os Melhores Resorts no Algarve*, 2024).

#### *Turismo Médico: Infraestruturas Modernas e Excelência Privada*

O turismo médico em Portugal tem-se destacado pela qualidade das infraestruturas, pelo crescimento do setor privado e pela acreditação internacional. Atualmente, oito hospitais portugueses detêm a certificação da *Joint Commission International* (JCI), um reconhecimento que garante elevados padrões de atendimento médico (*JCI-Accredited Organizations*, 2024).

Os grupos privados como CUF, Luz Saúde, Lusíadas Saúde e Trofa Saúde lideram o mercado, oferecendo uma ampla gama de especialidades médicas, desde cirurgias cardiovasculares a tratamentos de rejuvenescimento. Estas instituições têm contribuído para consolidar a imagem de Portugal como um destino de referência para turismo médico.

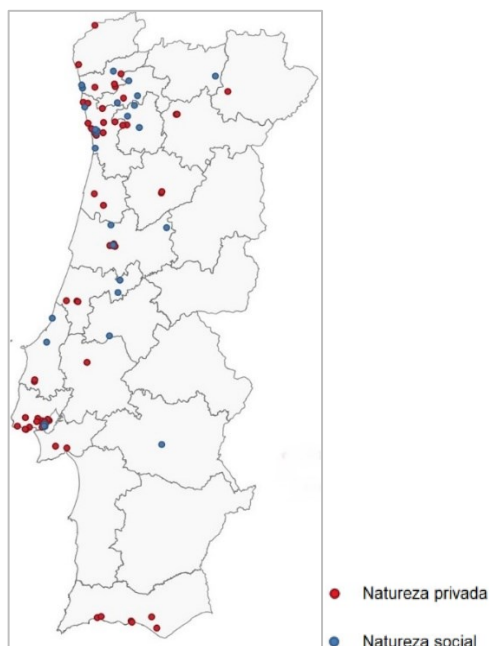


Figura 2. Pontos de oferta não pública com internamentos agudos (Fonte: ERS, 2023)<sup>2</sup>

<sup>2</sup> <https://ers.pt/media/eupi4ia0/estudo-hosp-privado120723.pdf>

Os serviços de saúde e bem-estar estão estrategicamente distribuídos pelo território nacional (Figura 2). Regiões como o Algarve combinam turismo sazonal com tratamentos médicos e bem-estar, enquanto áreas termais como São Pedro do Sul promovem o desenvolvimento regional e capitalizam recursos naturais de alta qualidade.

Portugal possui uma base sólida para se destacar no turismo de saúde, alavancando as suas vantagens naturais, tradições e modernização. No entanto, desafios como a regulamentação da talassoterapia, uma promoção internacional mais robusta e maior integração entre os setores são essenciais para maximizar o potencial. A adoção de uma abordagem estratégica e ecossistémica será determinante para posicionar Portugal como líder neste segmento em crescimento.

## **2.2. Compreender o Turista de Saúde: Motivações e Decisões**

Compreender o perfil do turista de saúde é crucial para um setor altamente competitivo e orientado para um público informado e exigente. Este conhecimento permite aos prestadores de serviços antecipar expectativas, adaptar ofertas e criar experiências alinhadas às necessidades específicas dos utentes. A literatura sobre o turismo de saúde fornece insights valiosos sobre as características, motivações e padrões de decisão deste segmento de mercado.

### *Características e Fatores de Influência*

Os turistas de saúde apresentam características diversas, moldadas por fatores económicos, sociais, culturais e geográficos. Segundo Dryglas e Różycki (2017), a capacidade económica e as fontes de financiamento desempenham um papel central na escolha do destino e do tipo de serviço de saúde. Pacientes com acesso a financiamento robusto estão mais inclinados a optar por prestadores de serviços de saúde de maior qualidade, muitas vezes em destinos internacionais (Dryglas & Różycki, 2017).

A pesquisa conduzida por Bonnie S. Guy et al. (2015) revelou que uma proporção significativa de indivíduos está aberta a explorar o turismo médico como uma alternativa para obter cuidados de saúde de alta qualidade, eficientes e económicos. Contudo, a escolha do destino e do momento do tratamento varia consoante a natureza do procedimento procurado e as fontes de informação disponíveis (Guy et al., 2015).

No caso dos turistas nacionais que recorrem a tratamentos no estrangeiro, Thornton et al. (2022) identificaram dois grupos proeminentes: aqueles financiados

por planos de seguro e as mulheres, que demonstram maior procura por cuidados hospitalares eletivos fora do país. Entre os tratamentos mais requisitados encontram-se os relacionados ao sistema musculoesquelético, representando mais de um terço dos internamentos eletivos de não residentes (Thornton et al., 2022).

### *Processos de Tomada de Decisão*

Os turistas de saúde seguem processos de decisão complexos, influenciados por múltiplos fatores. Conlan et al. (2023) destacam que elementos como custo, conveniência e qualidade percebida são determinantes na seleção de um profissional de saúde. Este último fator, "qualidade percebida", reflete a avaliação subjetiva dos pacientes sobre o profissional e as instalações, muitas vezes baseada em recomendações, reputação e experiências anteriores (Conlan et al., 2023; Lunt et al., 2010).

Além disso, as conexões culturais e familiares exercem uma influência significativa no comportamento dos turistas de saúde. Hanefeld et al. (2015) descobriram que pacientes com laços culturais ou familiares no exterior tendem a procurar tratamento fora do país devido a um maior ceticismo em relação ao sistema de saúde doméstico. Estes indivíduos valorizam o suporte de familiares e amigos, a facilidade de comunicação em uma língua comum e a qualidade percebida dos serviços de saúde estrangeiros. As recomendações, particularmente as baseadas em "boca-a-boca", desempenham um papel essencial, reforçando a confiança e a probabilidade de escolha de determinado destino ou profissional (Hanefeld et al., 2015).

As motivações dos turistas de saúde variam, mas frequentemente incluem:

1. Custo-benefício: A busca por serviços de alta qualidade a preços mais baixos em comparação ao país de origem.
2. Especialização: O acesso a tratamentos ou tecnologias não disponíveis localmente.
3. Conveniência: Proximidade geográfica ou facilidade de acesso ao destino.
4. Experiência combinada: A oportunidade de associar tratamentos médicos ou terapias ao lazer e ao bem-estar.

Embora as prioridades variem entre os grupos, padrões consistentes, como a preferência por locais com boa reputação e infraestrutura moderna, continuam a ser centrais para o comportamento do turista de saúde.

Em síntese, o perfil do turista de saúde reflete um público diversificado e exigente, influenciado por fatores económicos, culturais e emocionais. A capacidade de entender as suas motivações e processos de decisão é essencial para moldar estratégias de oferta e promoção que atendam às suas expectativas. Ao explorar as características únicas deste público, Portugal pode alinhar os seus serviços com as necessidades dos turistas de saúde, fortalecendo a sua posição como destino de excelência no setor.

### **2.3 Análise SWOT: Explorando o Potencial do Turismo de Saúde em Portugal**

O Turismo de Saúde em Portugal apresenta-se como um segmento de elevado potencial, inserido num contexto global competitivo e em constante transformação. A análise SWOT permite identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que moldam este setor, fornecendo uma visão estratégica para o seu desenvolvimento (Tabela 1).

#### *Ambiente Interno*

Forças: Portugal apresenta vantagens competitivas claras que podem posicionar o país como um destino atrativo para o turismo de saúde:

- Recursos Humanos de Qualidade: Profissionais de saúde altamente qualificados e reconhecidos internacionalmente, que contribuem para a confiança e reputação do setor.
- Localização Geográfica e Clima: A posição estratégica e o clima ameno são fatores que atraem turistas que procuram condições favoráveis à recuperação e ao bem-estar.
- Reconhecimento Turístico: Portugal é amplamente reconhecido como um destino turístico de excelência, o que pode ser alavancado para atrair turistas de saúde.
- Infraestruturas Modernas e Portais Dedicados: A existência do portal “*Medical Tourism in Portugal*” e outras plataformas digitais facilita a promoção internacional do setor.
- Parcerias Estratégicas: parcerias entre *stakeholders* impulsionam a sinergia e colaboram para o crescimento do turismo de saúde.

Estas forças sublinham o potencial de cocriação de valor através de interações personalizadas e serviços integrados, alinhando-se à perspetiva *S-D Logic* (Vargo et al., 2020).

Fraquezas: Apesar das suas vantagens, Portugal enfrenta desafios que limitam o pleno desenvolvimento do turismo de saúde:

- Reconhecimento Internacional Insuficiente: A marca “Portugal” no contexto do turismo de saúde ainda é sub-reconhecida.
- Custos Médicos Elevados: Em algumas áreas, os custos superam os de países concorrentes, tornando Portugal menos atrativo para certos procedimentos.
- Dependência do Turismo Geral: O turismo de saúde ainda é visto como uma extensão do turismo convencional, carecendo de uma identidade autónoma.
- Desinformação e Confiança: A disseminação de informações não verificadas pode afetar a confiança dos potenciais turistas de saúde.

Estas fraquezas destacam a importância de fontes de informação confiáveis e de estratégias eficazes de comunicação para construir a confiança do consumidor.

### *Ambiente Externo*

Oportunidades: As tendências globais e regionais oferecem oportunidades significativas para o crescimento do turismo de saúde em Portugal:

- Facilidade de Acesso na União Europeia: A livre circulação dentro da UE favorece a escolha de Portugal como destino.
- Crescimento do Turismo de Bem-Estar: A expansão global deste segmento, prevista em 16,6% até 2027, reflete uma procura crescente por experiências de saúde e bem-estar.
- Avanços Tecnológicos e Serviços Personalizados: Inovações como inteligência artificial e serviços suplementares, como assistência linguística e concierge, aumentam a atratividade do setor.
- Comunidade Emigrante e Lusodescendente: Este mercado oferece um potencial significativo devido aos laços culturais e familiares.

Estas oportunidades reforçam o papel dos serviços adicionais e experiências personalizadas na criação de valor e satisfação do turista.

Ameaças: Os riscos externos podem comprometer o desenvolvimento do setor em Portugal:

- Concorrência de Outros Países: Destinos como Espanha e Turquia apresentam preços competitivos e oferta consolidada.

- Cobertura Limitada de Seguros: A falta de cobertura para tratamentos em Portugal é uma barreira para turistas internacionais.
- Instabilidade Económica e Crises Ambientais: A incerteza global pode reduzir a procura por viagens de saúde e bem-estar.
- Fuga de Talentos: A emigração de profissionais de saúde compromete a qualidade dos serviços e a capacidade de atrair turistas.

Estas ameaças destacam a necessidade de uma abordagem colaborativa e estratégica para mitigar riscos e consolidar a competitividade do setor.

Tabela 1. Análise SWOT ao Turismo de Saúde em Portugal

<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos humanos qualificados.</li> <li>• Localização geográfica e clima favoráveis.</li> <li>• Reconhecimento turístico global. - Portal “Medical Tourism in Portugal”.</li> <li>• Parcerias estratégicas no setor.</li> <li>• Economia do bem-estar em crescimento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento limitado no setor.</li> <li>• Custos médicos elevados em áreas específicas.</li> <li>• Dependência do turismo convencional.</li> <li>• Disseminação de informações não verificadas.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Livre circulação no espaço europeu.</li> <li>• Crescimento do turismo de bem-estar.</li> <li>• Consciência proativa sobre saúde.</li> <li>• Avanços tecnológicos.</li> <li>• Comunidade emigrante e lusodescendente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência de destinos como Espanha e Turquia.</li> <li>• Cobertura limitada de seguros internacionais.</li> <li>• Riscos ambientais e mudanças climáticas.</li> <li>• Instabilidade económica global.</li> <li>• Emigração de profissionais de saúde.</li> </ul>

Esta análise SWOT evidencia que Portugal tem um forte potencial para se destacar no turismo de saúde, mas é necessário enfrentar desafios internos e externos para consolidar a sua posição. O aproveitamento de oportunidades, aliado ao fortalecimento das suas forças, será determinante para enfrentar a concorrência e superar as fraquezas do setor.

## Capítulo 3. Problema de Investigação e Objetivos

O Turismo de Saúde em Portugal apresenta uma oportunidade estratégica para diversificar a oferta turística e impulsionar o crescimento económico sustentável. Contudo, o sucesso deste setor depende da superação de desafios internos e externos identificados na análise SWOT, e da adoção de uma abordagem ecossistémica, centrada na perspetiva *S-D Logic*. Esta abordagem enfatiza a cocriação de valor, colocando o foco nas interações, experiências e colaborações entre os *stakeholders* do ecossistema. Pergunta de Partida: Como Potenciar a criação de um Ecossistema de Turismo de Saúde em Portugal?

### 3.1. Objetivo Principal da Investigação

Propor estratégias que posicionem Portugal como um destino de referência no Turismo de Saúde, promovendo um ecossistema integrado e sustentável que valorize a cocriação de valor entre turistas de saúde, prestadores de serviços e outros *stakeholders* do setor.

### 3.2. Objetivos Específicos e Questões de Investigação

A análise SWOT revelou pontos-chave que informam os objetivos específicos e fundamentam as Questões de Investigação (RQs). Estes objetivos exploram os fatores que influenciam o sucesso do Turismo de Saúde em Portugal, estruturados em três dimensões centrais.

#### *Dimensão 1*

Da análise SWOT resulta o seguinte ponto-chave: (1) Forças: Profissionais qualificados, reconhecimento turístico e localização estratégica; (2) Fraquezas: Reconhecimento internacional limitado e custos elevados em áreas específicas; (3) Oportunidades: Livre circulação na UE e crescimento do turismo de bem-estar; e (4) Ameaças: Concorrência de países como Espanha e Hungria.

Deste ponto-chave resulta a seguinte questão de investigação (RQ1): O que influencia os pacientes internacionais a escolher Portugal como destino de turismo de saúde, à luz da *S-D Logic*?

- Foco: Identificar os fatores que promovem a cocriação de valor, com destaque para a personalização e a interação entre turistas e prestadores de serviços.
- Objetivo Específico: Explorar os fatores que influenciam a escolha de Portugal como destino de turismo de saúde.

## *Dimensão 2*

Da análise SWOT resulta o seguinte ponto-chave: (1) Forças: Plataformas como “*Medical Tourism in Portugal*” e infraestrutura digital para comunicação; (2) Fraquezas: Disseminação de desinformação e falta de estratégias de comunicação robustas; (3) Oportunidades: Avanços tecnológicos permitem maior transparência e personalização das informações e (4) Ameaças: Falta de estratégias eficazes pode reduzir a confiança dos consumidores.

Deste ponto-chave resulta a seguinte questão de investigação (RQ2): Quais as fontes de informação mais confiáveis para os turistas de saúde e como estas contribuem para a cocriação de valor?

- Foco: Examinar o papel de fontes como redes sociais, websites, publicações especializadas e recomendações pessoais na construção de confiança e no processo de decisão dos turistas.
- Objetivo Específico: Determinar as fontes de informação mais confiáveis e como estas impactam na cocriação de valor.

## *Dimensão 3*

Da análise SWOT resulta o seguinte ponto-chave: (1) Forças: Hospitalidade reconhecida e parcerias estratégicas para oferecer serviços personalizados; (2) Fraquezas: Dependência do turismo geral limita a integração de serviços específicos; (3) Oportunidades: Crescente procura por experiências integradas e personalizadas e (4) Ameaças: Escassez de profissionais de saúde pode comprometer a capacidade de oferta de serviços adicionais.

Deste ponto-chave resulta a seguinte questão de investigação (RQ3): De que forma os serviços adicionais, como assistência linguística e concierge, melhoram a experiência e a cocriação de valor no turismo de saúde em Portugal?

- Foco: Investigar como serviços complementares promovem uma experiência integrada e enriquecedora para os turistas de saúde.
- Objetivo Específico: Analisar como serviços adicionais podem melhorar a experiência e a cocriação de valor no turismo de saúde.

### **3.3. Pilares de um Ecosistema que Cocrie Valor**

A perspetiva *S-D Logic* oferece uma perspetiva sistémica, na qual o valor é cocriado por todos os intervenientes do ecossistema, incluindo turistas, prestadores de serviços, instituições públicas e parceiros estratégicos. Este enfoque centra-se em:

- Interações e Experiências Personalizadas: O envolvimento direto entre turistas e fornecedores de serviços é fundamental para criar valor percebido, promover a fidelização e consolidar a posição de Portugal no mercado internacional (RQ1).
- Informações Confiáveis e Estratégicas: A transparência e a confiabilidade das informações disponibilizadas são determinantes para fortalecer a confiança dos turistas e orientar decisões informadas (RQ2).
- Integração de Serviços Complementares: Serviços adicionais, como assistência linguística e concierge, aumentam a conveniência e a satisfação, ampliando o impacto das interações no ecossistema (RQ3).

A investigação proposta adota uma abordagem ecossistémica, alinhada à *S-D Logic* (da Silva & Cardoso, 2024d), para explorar como Portugal pode potenciar o Turismo de Saúde. Ao articular forças e oportunidades, enquanto mitiga fraquezas e ameaças, esta investigação visa fornecer insights que orientem políticas e estratégias eficazes para criar um ecossistema sustentável e competitivo. A integração de interações personalizadas, informações confiáveis e serviços adicionais é essencial para atender às expectativas de um público exigente e consolidar a posição de Portugal como destino de referência no Turismo de Saúde.

## Capítulo 4. Revisão da Literatura

O turismo de saúde é um fenômeno complexo que integra diferentes dimensões da saúde e bem-estar, abrangendo tanto o turismo médico como o turismo de bem-estar. Estas vertentes refletem abordagens distintas, mas interligadas, para satisfazer as necessidades de saúde e qualidade de vida dos indivíduos (da Silva & Cardoso, 2024c), indo desde tratamentos médicos baseados em evidências até práticas preventivas e de relaxamento. Este segmento, caracterizado pelo crescimento exponencial nas últimas décadas, tem beneficiado da globalização, dos avanços tecnológicos e do aumento da prioridade dada ao bem-estar por parte dos consumidores (Vargo, Peters, et al., 2023). Em particular, a combinação de relaxamento, terapias alternativas e cuidados médicos especializados tornou o turismo de saúde um nicho altamente atrativo e economicamente relevante.

O turismo médico envolve deslocações motivadas por necessidades clínicas específicas, como cirurgias, tratamentos dentários ou intervenções de alta complexidade, muitas vezes indisponíveis ou inacessíveis nos países de origem. Este tipo de turismo é impulsionado por uma dinâmica global de fatores *push and pull*, que incluem custos elevados e longas listas de espera nos países de origem, bem como a qualidade e acessibilidade econômica dos serviços disponíveis nos destinos. Por outro lado, o turismo de bem-estar é proativo, centrando-se na promoção da saúde e prevenção de doenças através de práticas como a nutrição saudável, o relaxamento, os tratamentos em spas terapêuticos e os retiros de *mindfulness*. Embora operem em mercados distintos, ambos os segmentos partilham interseções, como a utilização de tecnologias avançadas para personalização de serviços e a ênfase na experiência global do turista.

A globalização tem desempenhado um papel determinante no desenvolvimento do turismo de saúde, facilitando o acesso a informação e a conexão entre pacientes e fornecedores de serviços. A digitalização, por sua vez, permitiu a criação de plataformas digitais que fornecem informações detalhadas sobre destinos, clínicas e tratamentos, além de possibilitar a comparação de preços e a comunicação direta com profissionais de saúde. Tecnologias emergentes, como inteligência artificial, análise de dados e Internet das Coisas (IoT) (da Silva & Cardoso, 2024c), têm sido integradas aos serviços de turismo de saúde, promovendo personalização e eficiência, fatores essenciais para a criação de valor percebido pelos turistas (Madruga et al., 2024).

Estas inovações não só aumentam a atratividade do turismo de saúde, como também contribuem para elevar os padrões de qualidade nos destinos.

No entanto, o turismo de saúde não se limita às fronteiras internacionais. Apesar de ser frequentemente associado à procura de serviços médicos no exterior, este fenómeno também abrange o movimento interno de pacientes dentro de um mesmo país. O turismo de saúde é, assim, um conceito abrangente, que inclui tanto turistas internacionais que procuram serviços específicos como nacionais que viajam dentro do país para aceder a tratamentos especializados.

A relevância crescente do turismo de saúde no contexto global reflete uma interação dinâmica entre saúde, mobilidade e bem-estar. Este setor está intrinsecamente ligado a uma lógica colaborativa, na qual governos, empresários e pacientes cocriam valor. Governos oferecem incentivos e estabelecem políticas regulatórias, enquanto instituições privadas investem em inovação e gestão, respondendo às expectativas de um público cada vez mais exigente. Os pacientes, por sua vez, não são apenas consumidores passivos, mas cocriadores de valor, incentivando melhorias constantes nos sistemas de saúde e na experiência dos serviços. Esta sinergia transforma o turismo de saúde numa área de impacto multidimensional, promovendo não apenas avanços económicos, mas também inovações no setor da saúde e na qualidade de vida.

Dada a sua complexidade, o estudo do turismo de saúde exige uma abordagem teórica e metodológica abrangente, capaz de capturar as interseções entre saúde, turismo e tecnologia. Abordagens como as paisagens terapêuticas, os enquadramentos pós-coloniais e os modelos sistémicos oferecem perspectivas valiosas, mas enfrentam limitações quando isoladas. Uma análise multidimensional que integre fatores económicos, tecnológicos, culturais e ambientais é essencial para compreender plenamente as dinâmicas do turismo de saúde e desenvolver estratégias que promovam um ecossistema sustentável e inovador (Aiello et al., 2024). À medida que as tendências globais evoluem, torna-se cada vez mais urgente adotar modelos teóricos e práticos que respondam às rápidas transformações sociais e tecnológicas, maximizando o potencial deste setor no contexto contemporâneo (Briglauer & Grajek, 2023).

#### **4.1 Turismo de Saúde: Uma Perspetiva Sistémica e Centrada no Serviço**

O turismo de saúde é um fenómeno em rápida expansão, que reflete a globalização e a crescente interligação entre os setores de saúde e turismo. Sob a perspetiva do serviço, este segmento transcende a mera provisão de cuidados médicos convencionais, configurando-se como uma estrutura multifacetada onde sistemas de saúde, hospitalidade e logística se integram para criar uma experiência personalizada e holística. Esta abordagem destaca a necessidade de uma visão sistémica, que considere a complexidade das inter-relações entre os diferentes componentes da jornada do paciente-turista.

A qualidade do serviço desempenha um papel central neste contexto, sendo um dos pilares fundamentais para o sucesso do turismo de saúde (Tiukhova et al., 2024). Estudos indicam que a satisfação dos pacientes está fortemente associada à capacidade das instituições de saúde e dos prestadores de serviços em alinhar os cuidados oferecidos às expectativas e necessidades dos turistas de saúde (Tiukhova et al., 2024). Este alinhamento não se limita aos aspetos técnicos, como infraestruturas e competências clínicas, mas inclui também fatores emocionais, como a sensibilidade cultural e a hospitalidade experienciada durante toda a estadia (Chan et al., 2023). A formação contínua dos profissionais de saúde e a capacidade de oferecer serviços personalizados são elementos-chave para superar as expectativas dos clientes, contribuindo para a fidelização e a reputação das instituições (Marković et al., 2014; Sabatin et al., 2022).

A qualidade do serviço é, também, influenciada por fatores regionais, como a acessibilidade, os recursos naturais e a infraestrutura turística disponível. Regiões com tradição em termas e spas, por exemplo, utilizam recursos como águas minerais para atrair turistas interessados em tratamentos de saúde e bem-estar. Estes elementos moldam a competitividade regional, influenciando diretamente a escolha do destino e promovendo o desenvolvimento sustentável (Gonçalves & Guerra, 2019; Jónás-Berki et al., 2015).

Uma das características mais marcantes do turismo de saúde é a sua natureza interdisciplinar, que exige integração eficiente entre setores como saúde, transporte, hospitalidade e turismo. Estudos destacam a importância de uma coordenação eficaz entre todos os intervenientes, desde hospitais e operadores turísticos até serviços de transporte e tradutores. Esta integração permite criar pacotes personalizados, que incluem cuidados médicos, transporte VIP e experiências culturais, promovendo uma

percepção positiva de qualidade e satisfação geral (Wernz et al., 2014). Além disso, a interoperabilidade de sistemas entre hospitais no destino e médicos de referência no país de origem é essencial para garantir a continuidade dos cuidados e uma experiência fluida ao longo da jornada do paciente.

A gestão eficiente da cadeia de fornecimento é outro aspecto crítico no turismo de saúde. Modelos conceituais sugerem que a coordenação entre hospitais, agências de turismo, operadores de transporte e empresas de seguros é essencial para garantir uma experiência integrada. Além disso, a logística médica, incluindo o transporte seguro de medicamentos ou equipamentos especializados, é um componente essencial para atender às expectativas dos pacientes internacionais. A colaboração entre governos, empresas privadas e organizações de saúde contribui não só para a eficiência operacional, mas também para o fortalecimento da reputação do destino (Karadayi-Usta & SerdarAsan, 2020).

A construção de uma marca forte é igualmente estratégica no turismo de saúde. Países como Índia, Hungria e Alemanha destacam-se por integrar reputação médica, custos acessíveis e experiências culturais nos seus pacotes de serviços, posicionando-se de forma eficaz no mercado global (Prymon, 2016). O branding não só reflete a qualidade dos serviços médicos, mas também comunica a experiência global do destino, sendo um fator determinante para atrair e fidelizar pacientes internacionais (Lindström & Polska, 2016). Este esforço de marca depende da capacidade de destacar os pontos fortes do destino, como a inovação tecnológica e a hospitalidade, oferecendo pacotes personalizados que atendam às necessidades individuais dos turistas.

Apesar do seu crescimento, o turismo de saúde enfrenta desafios complexos relacionados com regulamentações internacionais, diversidade cultural e a crescente digitalização do setor. A globalização exige maior colaboração entre governos, organizações de saúde e empresas privadas para superar barreiras legais e burocráticas, enquanto a digitalização introduz novos desafios, como a segurança e privacidade de dados. Estas dinâmicas requerem investimentos significativos em tecnologia e infraestrutura, além de estratégias adaptativas para lidar com as rápidas mudanças nas expectativas dos consumidores (Moreira, 2014; Sarhadi et al., 2024).

Ao adotar uma perspectiva centrada no serviço, o turismo de saúde revela-se como um setor multifacetado e dinâmico, que exige uma abordagem integrada e

global. A qualidade dos serviços, a gestão eficiente de cadeias de fornecimento, a construção de uma marca forte e a superação de desafios tecnológicos são elementos centrais para consolidar este mercado. Quando bem estruturado, o turismo de saúde não só contribui para a satisfação dos pacientes, mas também promove o desenvolvimento económico e a inovação no setor da saúde.

#### **4.2. A Perspetiva *Service-Dominant Logic* Aplicada ao Turismo de Saúde**

A perspetiva *S-D Logic*, apresentada por Vargo e Lusch (2004), oferece uma perspetiva inovadora para compreender a criação de valor em contextos complexos e interativos, deslocando o foco da produção e entrega de bens tangíveis para uma lógica centrada no serviço (Vargo & Lusch, 2004). Sob esta ótica, o valor não é inerente aos produtos ou serviços, mas emerge das interações colaborativas entre os diversos atores de um ecossistema de serviço (Vargo, Peters, et al., 2023). Este enquadramento é especialmente pertinente no turismo de saúde, um setor que envolve redes interconectadas de turistas, prestadores de serviços, intermediários, instituições e outros *stakeholders* (da Silva & Cardoso, 2024b).

O conceito de ecossistema de serviços, introduzido pela *S-D Logic*, descreve redes dinâmicas de atores, recursos e instituições que colaboram para cocriar valor (Mustak & Plé, 2020). Estes ecossistemas são coordenados por normas, regras e arranjos institucionais que asseguram a integração e regulação das interações (Razmdoost et al., 2023). No turismo de saúde, o ecossistema inclui hospitais, clínicas, operadores turísticos, agências governamentais e instituições de hospitalidade, trabalhando em conjunto para atender às necessidades complexas e diversificadas dos turistas de saúde.

Esta investigação aplica a abordagem sistémica da *S-D Logic* ao contexto do turismo de saúde em Portugal, explorando como os diferentes atores e arranjos institucionais contribuem para a cocriação de valor. As questões de investigação (RQs) são analisadas com base neste enquadramento teórico, sendo articuladas com hipóteses que refletem os princípios centrais da *S-D Logic* e estruturam a análise dos fatores críticos para o desenvolvimento de um ecossistema competitivo e sustentável.

##### ***RQ1 na Perspetiva S-D Logic: A Escolha de Portugal como Destino de Turismo de Saúde***

A RQ1 examina os fatores que levam pacientes internacionais a escolher Portugal como destino de turismo de saúde. Sob a ótica da *S-D Logic*, a decisão dos

turistas está diretamente relacionada à percepção de valor cocriado durante as interações entre os turistas e os prestadores de serviços (Adi et al., 2023). O valor emerge de interações personalizadas, onde os prestadores utilizam os seus recursos e competências para atender às necessidades específicas dos pacientes, criando experiências de alta qualidade. Esta personalização, aliada à hospitalidade culturalmente adaptada, posiciona Portugal como um destino atrativo e diferenciado no mercado global.

A integração eficaz dos serviços médicos e turísticos desempenha um papel essencial na formação do valor percebido e na fidelização dos turistas de saúde. Estudos empíricos apontam que a qualidade dos serviços hospitalares, a credibilidade e a imagem positiva do destino são determinantes na formação de percepções favoráveis de valor (Lu et al., 2016). Estas percepções impactam a satisfação geral, a imagem do destino e a predisposição dos turistas para recomendá-lo (Nakhaeinejad et al., 2021). Além disso, elementos turísticos complementares, como acesso a entretenimento cultural e experiências gastronómicas, contribuem significativamente para enriquecer a experiência global, enquanto custos adicionais, como deslocações e serviços de bem-estar, podem moderar esta percepção (Agustina et al., 2023; Nakhaeinejad et al., 2021).

A cocriação de valor é sustentada pela capacidade do ecossistema de integrar serviços e promover interações significativas, aumentando a confiança e a fidelidade ao destino (Jaakkola et al., 2024). Este enfoque permite a formulação da seguinte hipótese:

*Hipótese 1 (H1): A percepção de interação personalizada e cocriação de valor influencia a escolha de Portugal como destino de turismo de saúde.*

Como a H1 responde à RQ1: Testar a H1 permite avaliar se o ecossistema português está preparado para proporcionar experiências integradas e compreender como os diferentes atores moldam as percepções dos turistas. Validar esta hipótese identifica os elementos-chave que reforçam a atratividade de Portugal, oferecendo insights sobre estratégias para consolidar o país como destino de excelência no turismo de saúde.

#### *RQ2 na Perspetiva S-D Logic: A Confiabilidade das Fontes de Informação*

A RQ2 explora as fontes de informação consideradas mais confiáveis pelos turistas de saúde e como estas contribuem para a cocriação de valor. Sob a ótica da

*S-D Logic*, a troca de informações é um recurso central para construir confiança e reduzir incertezas no processo de decisão. Fontes confiáveis, como recomendações pessoais e publicações especializadas, fortalecem a comunicação entre os atores e promovem um alinhamento mais eficaz das expectativas dos turistas.

A confiança nas informações disponíveis é um elemento crucial no turismo de saúde, particularmente no contexto internacional. Estudos demonstram que a percepção de qualidade dos serviços, associada à comunicação eficaz e multicanal, reforça a confiança e facilita a cocriação de valor. A literatura aponta que a manutenção de elevados padrões de qualidade é determinante para reduzir barreiras psicológicas e aumentar a satisfação dos turistas (Chandra et al., 2018). Além disso, fatores como a percepção do destino e os motivadores culturais desempenham um papel significativo na avaliação e no valor percebido (Lajevardi, 2016).

Com base nesta análise, pode-se formular a seguinte hipótese:

Hipótese 2 (H2): *Fontes de informação confiáveis contribuem para a cocriação de valor ao promover confiança e decisões informadas.*

Como a H2 responde à RQ2: Testar a H2 permite compreender como os turistas avaliam as informações disponíveis e o impacto destas na escolha do destino e na experiência global. Validar esta hipótese ajuda a identificar estratégias de comunicação eficazes para fortalecer a confiança e a reputação do ecossistema de turismo de saúde em Portugal.

### *RQ3 na Perspetiva S-D Logic: O Impacto dos Serviços Adicionais*

A RQ3 analisa como os serviços adicionais impactam a experiência dos turistas de saúde e a cocriação de valor. Na *S-D Logic*, estes serviços são vistos como recursos operacionais que aumentam a capacidade do ecossistema de responder às necessidades individuais dos turistas, ampliando as interações colaborativas e personalizadas (Vargo et al., 2024).

Os serviços adicionais, como assistência linguística, concierge e transporte VIP, reduzem barreiras culturais e linguísticas, proporcionando uma experiência mais fluida e integrada. A comunicação eficaz e a acessibilidade das informações desempenham um papel vital para criar uma imagem positiva do destino e facilitar a cocriação de valor (Edgman-Levitan & Schoenbaum, 2021). Estes serviços, ao atenderem

necessidades específicas, promovem a satisfação dos turistas e fortalecem a colaboração entre os atores do ecossistema.

Com base nesta análise, formula-se a seguinte hipótese:

Hipótese 3 (H3): *Serviços adicionais, como assistência linguística e concierge, ampliam a cocriação de valor ao enriquecer a experiência global do turista.*

Como a H3 responde à RQ3: Testar a H3 permite avaliar como os serviços complementares contribuem para enriquecer a experiência dos turistas e promover interações mais significativas no ecossistema. Validar esta hipótese fornece insights sobre como estruturar pacotes de serviços que maximizem a satisfação e reforcem a colaboração no ecossistema.

Em conclusão, cada hipótese formulada reflete os princípios centrais da *S-D Logic*, colocando a cocriação de valor como elemento-chave para o sucesso do turismo de saúde em Portugal (Vargo & Koskela-Huotari, 2020). A RQ1 enfatiza as interações personalizadas, a RQ2 destaca a confiabilidade das informações e a RQ3 sublinha o impacto dos serviços adicionais na experiência dos turistas. Estas dimensões interligadas evidenciam como os arranjos institucionais e as interações entre atores moldam o valor cocriado.

A abordagem sistémica da *S-D Logic* oferece uma base robusta para analisar como Portugal pode integrar interações personalizadas, fontes de informação confiáveis e serviços adicionais para construir um ecossistema competitivo e sustentável (Vargo et al., 2020). Ao testar estas hipóteses, será possível compreender os fatores críticos que contribuem para a experiência global dos turistas e para a consolidação de Portugal como destino de excelência no turismo de saúde.

## Capítulo 5. Metodologia

A presente investigação segue uma abordagem metodológica quantitativa, fundamentada na validação de hipóteses à luz da *S-D Logic* (da Silva & Cardoso, 2024c). O estudo utiliza inquéritos estruturados para recolher dados junto de uma população representativa dos setores da saúde e turismo, com o objetivo de identificar como diferentes fatores influenciam a cocriação de valor no ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Cada hipótese formulada é operacionalizada através de afirmações específicas, que os respondentes avaliam numa escala de *Likert* de 1 a 5 (1 = Discordo totalmente; 5 = Concordo totalmente). Este design permite obter *insights* quantitativos sobre as perceções e experiências dos participantes, fornecendo uma base robusta para testar as relações propostas nas hipóteses (Figura 3).

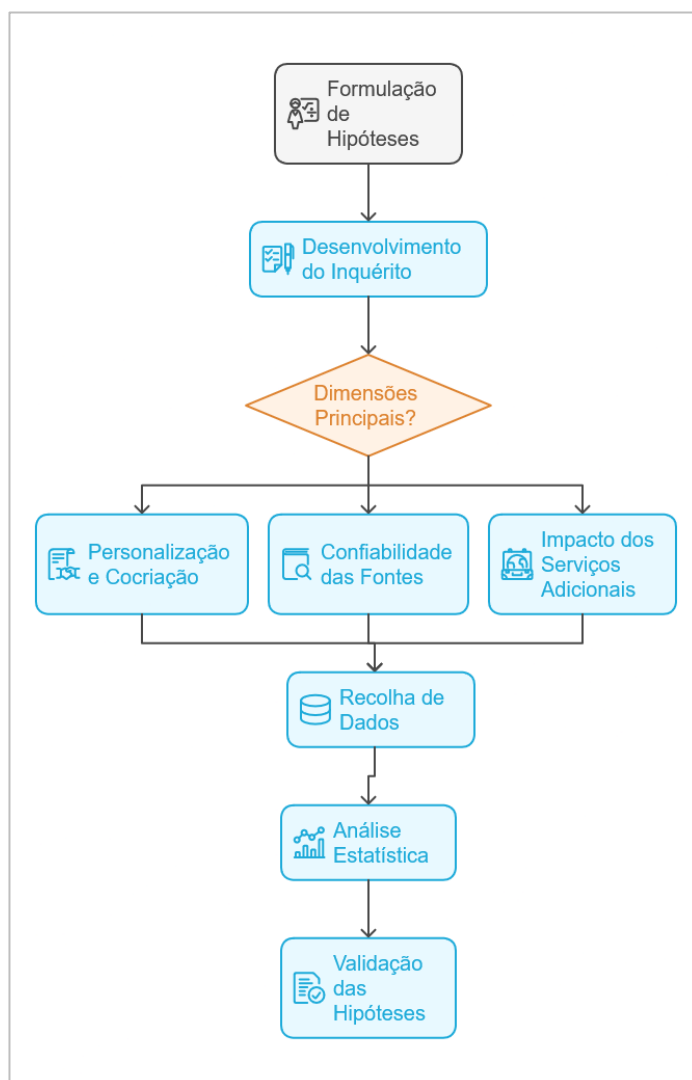


Figura 3. Fluxo metodológico

### **5.1. Instrumento de Recolha de Dados Justificação e Motivação**

O inquérito foi desenvolvido para abordar três dimensões principais, alinhadas às hipóteses formuladas. A primeira dimensão avalia a personalização e a cocriação de valor, analisando as percepções dos participantes sobre interações personalizadas, hospitalidade adaptada e integração de serviços médicos e turísticos. Exemplos de afirmações incluem: “A personalização dos serviços oferecidos em Portugal promove a escolha do país como destino de turismo de saúde.” A segunda dimensão centra-se na confiabilidade das fontes de informação, explorando a importância de recomendações pessoais e publicações especializadas na tomada de decisão dos turistas de saúde. Uma das afirmações formuladas é: “As recomendações pessoais têm um impacto significativo na escolha de Portugal como destino de saúde.” Por fim, a terceira dimensão foca-se no impacto dos serviços adicionais, como assistência linguística e transporte VIP, na experiência global dos turistas. Um exemplo de afirmação nesta dimensão é: “Os serviços adicionais em Portugal melhoram significativamente a experiência dos turistas de saúde.”

### **5.2. Análise Estatística**

A análise dos dados recolhidos será conduzida em várias etapas para garantir a validade e a fiabilidade dos resultados. Inicialmente, será realizada uma análise de fiabilidade utilizando o coeficiente de *Cronbach's Alpha*, para avaliar a consistência interna das escalas aplicadas. Seguir-se-á uma análise descritiva para compreender a distribuição das respostas, identificar tendências e avaliar a variabilidade dos dados. Para testar as hipóteses, serão utilizados testes estatísticos apropriados. Por fim, será conduzida uma análise de regressão múltipla para examinar a relação entre as variáveis independentes (personalização, confiabilidade das informações e impacto dos serviços adicionais) e a variável dependente (probabilidade de escolha de Portugal como destino de turismo de saúde).

### **5.3. Considerações Éticas**

Este estudo respeitará os mais altos padrões éticos em investigação. Todos os participantes receberão informações claras sobre os objetivos do estudo, bem como os seus direitos, incluindo a possibilidade de desistir da participação a qualquer momento. Será garantido o consentimento informado de todos os respondentes, e a confidencialidade dos dados será assegurada em conformidade com as regulamentações aplicáveis à proteção de dados pessoais. Estas medidas visam não

apenas proteger os participantes, mas também garantir a integridade científica e ética do estudo.

Esta metodologia oferece uma base sólida para validar as hipóteses formuladas e explorar os fatores que contribuem para a cocriação de valor no turismo de saúde em Portugal. Os resultados esperados fornecerão *insights* valiosos para o desenvolvimento de estratégias que consolidem Portugal como um destino de referência neste setor.

## Capítulo 6. Resultados e Análise dos Dados

Entre abril e junho de 2024, esteve ativo um inquérito online, implementado através da plataforma *Google Forms* (Anexo A), para recolher dados essenciais sobre o turismo de saúde em Portugal. Este inquérito integra a dissertação intitulada "Ecosistemas de Turismo de Saúde: Uma Abordagem Sistémica para Promover Portugal como Destino Global", conduzida no âmbito do Mestrado em Estratégias de Investimento e Internacionalização, no ISG - Instituto Superior de Gestão.

O principal propósito do inquérito foi investigar as perceções e experiências dos participantes relativamente ao turismo de saúde em Portugal, com o intuito de validar as hipóteses formuladas no estudo e identificar estratégias eficazes para o desenvolvimento deste setor. O questionário foi estruturado em três secções principais, alinhadas com os objetivos da investigação, abrangendo temas cruciais: personalização e cocriação de valor, confiabilidade das fontes de informação, e o impacto dos serviços adicionais na experiência do turista de saúde.

A participação no inquérito foi voluntária, restrita a indivíduos com experiências prévias no turismo de saúde, garantindo anonimato e confidencialidade, em conformidade com os mais elevados padrões éticos de investigação. Com um tempo estimado de resposta inferior a cinco minutos, o questionário apresentou maioritariamente questões estruturadas baseadas em escalas de *Likert*, facilitando uma análise quantitativa detalhada das perceções e preferências dos respondentes.

A divulgação do inquérito foi direcionada a uma amostra diversificada, composta por indivíduos com experiência ou interesse no setor do turismo de saúde, incluindo profissionais de saúde, gestores turísticos, intermediários e potenciais turistas internacionais. Os dados recolhidos são apresentados nas subsecções seguintes, englobando a caracterização da amostra, análise descritiva das respostas, avaliação da fiabilidade das escalas, e validação das hipóteses através de testes estatísticos (Figura 4).



Figura 4. Procedimento de validação e teste das Hipóteses

Este capítulo pretende fornecer uma base sólida para compreender os fatores determinantes na cocriação de valor no turismo de saúde e identificar oportunidades para fortalecer o ecossistema português neste setor estratégico, contribuindo assim para o seu posicionamento como destino global de referência.

### 6.1. Descrição da Amostra

A amostra deste estudo foi composta por 106 respondentes, selecionados com base na sua ligação ou interesse pelo setor do turismo de saúde. Entre os participantes, incluíram-se profissionais de saúde, gestores de turismo, intermediários e potenciais turistas internacionais de saúde. A recolha de dados decorreu entre abril e junho de 2024, através de um inquérito online. Esta abordagem visou garantir uma diversidade de participantes, refletindo diferentes perspetivas e experiências relacionadas com o turismo de saúde em Portugal.

A análise das características sociodemográficas da amostra revelou uma distribuição equilibrada entre as categorias de respondentes. Relativamente ao género, 52% identificaram-se como do género feminino, 47% como do género masculino, e 1% optou por não responder. A faixa etária dos participantes variou entre 25 e 65 anos, com uma maior concentração na faixa dos 35 aos 50 anos (54%), frequentemente associada a um maior envolvimento em decisões relacionadas com saúde e turismo.

No que respeita à nacionalidade, 68% dos participantes eram de origem portuguesa, enquanto os restantes 32% representavam diversas nacionalidades, com destaque para o Reino Unido, Alemanha, França e Brasil. Esta composição demonstra o crescente interesse de turistas internacionais, particularmente oriundos da Europa e da América Latina, pelo turismo de saúde em Portugal.

Em termos de ligação profissional ou experiência prévia com o setor, 34% dos respondentes indicaram trabalhar diretamente no setor da saúde, 28% no setor do turismo, e 15% como intermediários ou consultores ligados ao turismo de saúde. Os restantes 23% eram potenciais turistas internacionais, interessados ou com experiência prévia em serviços de turismo de saúde em Portugal.

No que concerne à experiência prévia com Portugal enquanto destino de turismo de saúde, 45% dos participantes já tinham utilizado serviços de saúde ou bem-estar no país, enquanto os restantes 55% nunca tinham recorrido a esses serviços, mas demonstraram interesse em explorar a oferta existente.

A diversidade desta amostra proporciona uma base sólida para a análise das perceções e experiências de diferentes *stakeholders* no setor. Os dados recolhidos permitem compreender os fatores que influenciam a escolha de Portugal como destino de turismo de saúde, fornecendo insights valiosos para a validação das hipóteses e o desenvolvimento de estratégias eficazes para promover este ecossistema estratégico.

## **6.2. Análise de Fiabilidade**

Para avaliar a consistência interna das escalas utilizadas nas hipóteses H1, H2 e H3, foi conduzida uma análise de fiabilidade com base no coeficiente de *Alfa de Cronbach*. Esta análise verifica a coerência das respostas em questionários estruturados com escalas de *Likert*, como o utilizado no presente estudo. A análise foi aplicada aos itens relacionados com cada uma das hipóteses, conforme descrito a seguir:

H1: A hipótese H1 explora a relação entre a perceção de interação personalizada e a cocriação de valor na escolha de Portugal como destino de turismo de saúde. O valor obtido para o *Alfa de Cronbach* foi de 0.7667, indicando uma boa consistência interna. Este resultado sugere que os itens avaliados apresentam uma correlação suficiente, assegurando a fiabilidade da escala para medir a personalização e a cocriação de valor.

H2: A hipótese H2 avalia a confiabilidade das fontes de informação no contexto do turismo de saúde e o seu impacto na cocriação de valor. O coeficiente de *Alfa de*

*Cronbach* para esta hipótese foi de 0.7563, também indicando uma boa consistência interna. Este resultado demonstra que os itens relacionados às fontes de informação são suficientemente coerentes, validando a escala utilizada para medir a confiança e a utilidade das diferentes fontes de informação.

H3: A hipótese H3 investiga o impacto dos serviços adicionais na experiência dos turistas de saúde e na cocriação de valor. A análise de fiabilidade resultou num coeficiente de *Alfa de Cronbach* de 0.7288, que, embora inferior aos valores obtidos para H1 e H2, ainda está dentro do intervalo considerado aceitável. Este resultado assegura que os itens relacionados aos serviços adicionais possuem correlação suficiente para serem utilizados na análise estatística subsequente.

De acordo com os critérios estabelecidos na literatura, valores de *Alfa de Cronbach* superiores a 0.7 são considerados aceitáveis, enquanto valores acima de 0.8 refletem uma elevada fiabilidade. Os resultados obtidos (0.7667 para H1, 0.7563 para H2 e 0.7288 para H3) indicam que as escalas utilizadas neste estudo possuem consistência interna adequada para medir os constructos teóricos associados às hipóteses. Assim, os dados recolhidos são fiáveis e fornecem uma base sólida para prosseguir com as análises estatísticas, incluindo os testes de hipóteses, assegurando a robustez das conclusões derivadas do estudo.

### **6.3. Análise descritiva dos Resultados**

A análise descritiva dos resultados é uma etapa essencial para compreender as percepções e experiências dos participantes relativamente ao turismo de saúde em Portugal. Neste capítulo, analisamos os resultados de cada uma das três hipóteses formuladas no estudo, com base nos dados recolhidos através do inquérito. O objetivo é identificar os fatores que influenciam a cocriação de valor, a confiança nas fontes de informação e o impacto dos serviços adicionais na escolha de Portugal como destino de turismo de saúde. A análise também permite destacar os pontos fortes e as oportunidades de melhoria no desenvolvimento do ecossistema português deste setor estratégico.

*Hipótese 1 (H1): A percepção de interação personalizada e cocriação de valor influencia a escolha de Portugal como destino de turismo de saúde*

Esta hipótese avalia se a personalização dos serviços e a cocriação de valor influenciam a atratividade de Portugal como destino de turismo de saúde. Foram analisadas dimensões como a qualidade dos serviços, a infraestrutura disponível, a integração de experiências e a segurança percebida.

Qualidade dos Serviços e Profissionalismo (Perguntas 1.1 a 1.3): Os resultados mostram que os participantes têm uma perceção positiva sobre a qualidade dos serviços oferecidos em Portugal, com uma média de 3,88 para "Portugal oferece múltiplos serviços de qualidade para o turismo de saúde". A qualificação dos profissionais, que inclui a capacidade de comunicação em línguas estrangeiras, obteve uma média de 3,76, destacando-se como um ponto forte para o turismo internacional.

Infraestruturas e Promoção Internacional (Perguntas 1.4 a 1.5): Apesar das perceções positivas (médias de 3,48 e 3,52, respetivamente), estas dimensões apresentam maior dispersão nas respostas, com desvios padrão de 0,72 e 0,74, sugerindo que a comunicação sobre as infraestruturas modernas e os esforços de promoção internacional ainda pode ser reforçada.

Integração e Apoio ao Cliente (Perguntas 1.6 a 1.7): A integração entre os serviços de saúde e a experiência dos visitantes foi avaliada com uma média de 3,75, enquanto os serviços de apoio ao cliente, como assistência linguística, transporte e alojamento, foram bem reconhecidos com uma média de 3,91.

Recomendação e Segurança (Perguntas 1.8 a 1.9): A recomendação de Portugal como destino de turismo de saúde alcançou uma média elevada de 4,08, refletindo a satisfação dos participantes. A segurança percebida nos serviços de saúde foi a dimensão mais valorizada, com uma média de 4,23, reforçando a confiança dos turistas em relação ao destino.

Os resultados para a H1 confirmam que a perceção de interação personalizada e a cocriação de valor têm um impacto significativo na escolha de Portugal como destino de turismo de saúde. No entanto, aspetos como a comunicação sobre infraestruturas modernas e os custos podem ser otimizados para aumentar a atratividade do país.

*Hipótese 2 (H2): Fontes de informação confiáveis contribuem para a cocriação de valor ao promover confiança e decisões informadas*

Esta hipótese investiga o papel das fontes de informação na construção de confiança e no suporte à tomada de decisões dos turistas de saúde. Foram avaliadas diferentes fontes, desde redes sociais a plataformas oficiais, recomendações pessoais e ferramentas digitais.

Fontes Oficiais e Websites (Perguntas 2.2 a 2.3): Os participantes atribuíram maior confiança a plataformas oficiais e websites de hospitais ou clínicas especializadas, com médias de 4,21 e 3,88, respetivamente. Estes resultados refletem a relevância de fontes institucionais para a promoção de serviços de saúde em Portugal.

Recomendações Pessoais e Publicações Especializadas (Perguntas 2.4 a 2.6): Recomendações de amigos e familiares foram avaliadas positivamente (3,66), destacando-se como uma fonte confiável. Por outro lado, publicações especializadas tiveram maior dispersão, sugerindo que nem todos os participantes consideram essas fontes igualmente relevantes.

Interação em Fóruns e Uso de Apps (Perguntas 2.7 a 2.10): Estas dimensões apresentaram médias inferiores (2,28 a 3,07), indicando que fóruns online e apps móveis dedicadas aos serviços de turismo de saúde ainda não são amplamente utilizadas pelos participantes. Isto pode apontar para uma oportunidade de aumentar a visibilidade e a confiabilidade destas ferramentas.

A análise confirma a importância de fontes confiáveis, especialmente plataformas oficiais e recomendações pessoais, para promover confiança e decisões informadas. Contudo, há um potencial a ser explorado no fortalecimento de ferramentas digitais como fóruns e apps.

*Hipótese 3 (H3): Serviços adicionais, como assistência linguística e concierge, ampliam a cocriação de valor ao enriquecer a experiência global do turista*

Esta hipótese examina o impacto de serviços adicionais na experiência do turista de saúde, incluindo apoio logístico, comunicação, transparência de custos e suporte pós-tratamento.

Informação e Consultas Online (Perguntas 3.1 a 3.3): Com médias entre 4,15 e 4,71, estas dimensões foram muito bem avaliadas, destacando a importância da disponibilização de informações claras e detalhadas e do acesso a consultas online ou virtuais.

Apoio Logístico e Personalizado (Perguntas 3.4 a 3.9): Dimensões como assistência na organização de viagens e alojamento (4,50) e facilidades para pessoas com mobilidade reduzida (4,54) destacam-se pela sua relevância para a experiência do turista. Transparência nos custos também foi bem avaliada (4,02).

Segurança e Serviços Pós-Tratamento (Perguntas 3.10 a 3.16): A segurança e privacidade dos dados (4,17) e o apoio em emergências médicas (4,47) foram valorizados. Estes resultados mostram que os serviços adicionais têm um impacto direto na confiança e satisfação dos turistas.

Os resultados reforçam que os serviços adicionais são determinantes para enriquecer a experiência global do turista de saúde, tornando Portugal mais competitivo neste segmento. Investimentos neste campo podem consolidar o posicionamento do país como destino preferencial.

A análise descritiva das três hipóteses revela que os participantes têm uma percepção globalmente positiva sobre o turismo de saúde em Portugal, destacando fatores como a segurança, a qualidade dos serviços e a importância de fontes confiáveis de informação. No entanto, algumas áreas, como a promoção internacional, o custo-efetividade e a utilização de ferramentas digitais, apresentam oportunidades para melhorias. Estas informações são essenciais para formular estratégias eficazes que fortaleçam o ecossistema de turismo de saúde em Portugal e promovam o país como um destino global competitivo.

#### **6.4. Testes de Hipóteses**

Os testes de hipóteses desempenham um papel crucial na validação dos pressupostos estabelecidos ao longo do estudo. Nesta subsecção, procura-se analisar empiricamente os fatores que influenciam a criação e o desenvolvimento de um ecossistema de turismo de saúde em Portugal, avaliando a relação entre variáveis-chave previamente identificadas na revisão de literatura e no enquadramento teórico. Para isso, serão aplicados métodos estatísticos rigorosos, com o objetivo de confirmar ou refutar as hipóteses formuladas, fornecendo evidências sólidas que contribuam para a fundamentação das recomendações estratégicas propostas. Este processo é essencial para garantir a robustez e a fiabilidade das conclusões apresentadas.

##### *Teste à Hipótese 1 (H1): Personalização e Cocriação de Valor*

A análise da Hipótese 1 visa avaliar a relação entre a personalização dos serviços de turismo de saúde e a cocriação de valor no contexto do ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Para este fim, foi utilizado o método de regressão linear múltipla, com o objetivo de identificar os fatores que exercem impacto significativo sobre a variável dependente, ou seja, a cocriação de valor.

Os resultados apresentados na Tabela 2 revelam que o modelo de regressão é altamente significativo, com um valor de *R Square* de 0.9881, indicando que 98.81% da variabilidade na cocriação de valor é explicada pelas variáveis independentes incluídas no modelo. Este elevado nível de explicação reforça a robustez do modelo.

Tabela 2. Resultados da Análise de Regressão para a Hipótese 1

Regression Statistics	
Multiple R	0.99406
R Square	0.98815
Adjusted R Square	0.97687
Standard Error	0.34136
Observations	106

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	9	942.69674	104.74408	898.87109	1.55765E-88
Residual	97	11.30326	0.11653		
Total	106	954.00000			

Survey	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Portugal oferece múltiplos serviços de qualidade para o turismo de saúde.	0.15330	0.06216	2.46615	0.01541	0.02993	0.27667	0.02993	0.27667
Os custos do turismo de saúde em Portugal são inferiores aos de outros destinos.	-0.03193	0.04475	-0.71363	0.47717	-0.12074	0.05688	-0.12074	0.05688
Os profissionais de turismo de saúde em Portugal estão qualificados e comunicam em línguas estrangeiras.	0.22395	0.06207	3.60828	0.00049	0.10077	0.34714	0.10077	0.34714
As instalações para serviços de saúde em Portugal são modernas e bem equipadas.	0.19568	0.04647	4.21076	0.00006	0.10345	0.28791	0.10345	0.28791
Os organismos oficiais (AICEP, Turismo de Portugal, entre outros) promovem os serviços de turismo de saúde a nível internacional.	0.09442	0.04594	2.05513	0.04255	0.00323	0.18560	0.00323	0.18560
Em Portugal, existe uma boa integração entre os serviços de saúde e a experiência dos visitantes.	0.04525	0.05868	0.77116	0.44249	-0.07121	0.16170	-0.07121	0.16170
Existem serviços de apoio ao cliente (por exemplo, assistência na língua do visitante, transporte e alojamento) no turismo de saúde em Portugal.	0.11137	0.04587	2.42809	0.01702	0.02034	0.20241	0.02034	0.20241
Recomendo Portugal como um destino de turismo de saúde.	-0.09280	0.06263	-1.48174	0.14165	-0.21711	0.03150	-0.21711	0.03150
Sinto-me seguro(a) ao utilizar os serviços de saúde em Portugal.	0.09755	0.05591	1.74470	0.08420	-0.01342	0.20852	-0.01342	0.20852

O valor ajustado de *Adjusted R Square* (0.9768), que considera o número de variáveis, confirma a consistência dos resultados. A estatística de significância global do modelo (*Significance F*) é extremamente baixa ( $1.56 \times 10^{-88}$ ), demonstrando que o modelo é estatisticamente significativo no seu conjunto.

Os resultados mostram que algumas variáveis apresentam uma relação estatisticamente significativa com a cocriação de valor. Entre os fatores mais relevantes estão:

- Portugal oferece múltiplos serviços de qualidade (Coeficiente: 0.1533; *P-value*: 0.0154), indicando que a perceção da diversidade e qualidade dos serviços influencia positivamente a cocriação de valor.
- Os profissionais de turismo de saúde estão qualificados e comunicam em línguas estrangeiras (Coeficiente: 0.2239; *P-value*: 0.0005), sendo este o fator

com maior impacto no modelo. A qualificação dos profissionais emerge como um pilar essencial na construção de valor.

- As infraestruturas modernas e bem equipadas (Coeficiente: 0.1957; *P-value*:  $5.70 \times 10^{-05}$ ) destacam-se como outro elemento-chave, reforçando a importância de instalações adequadas para atender às expectativas dos turistas de saúde.
- Promoção por organismos oficiais (Coeficiente: 0.0944; *P-value*: 0.0426) demonstra que as iniciativas institucionais de promoção têm um impacto significativo, embora moderado.
- Serviços de apoio ao cliente (Coeficiente: 0.1114; *P-value*: 0.0170) confirmam a importância de estruturas de suporte, como transporte, assistência em língua estrangeira e alojamento, na experiência do turista.

Por outro lado, variáveis como os custos do turismo de saúde (*P-value*: 0.4772) e a segurança dos serviços de saúde em Portugal (*P-value*: 0.0842) não apresentaram significância estatística, sugerindo que esses fatores não exercem um impacto direto significativo na cocriação de valor.

Os resultados desta análise validam parcialmente a Hipótese 1, confirmando que elementos como qualidade, qualificação profissional, infraestruturas modernas e suporte ao cliente são fatores críticos para a cocriação de valor no turismo de saúde em Portugal. No entanto, fatores como os custos e a segurança não mostraram relevância estatística no modelo, apontando para a necessidade de explorar outros possíveis determinantes. Estes resultados reforçam a importância de investir na personalização e na qualidade dos serviços, bem como na promoção institucional, para potenciar o ecossistema de turismo de saúde.

#### *Testa à Hipótese 2 (H2): Confiabilidade das Fontes de Informação*

A análise da Hipótese 2 visa avaliar como diferentes fontes de informação influenciam a percepção de confiabilidade no contexto do ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Para isso, foi utilizado o método de regressão linear múltipla, com o objetivo de identificar os fatores que exercem impacto significativo sobre a variável dependente, ou seja, a confiabilidade percebida nas fontes de informação.

Os resultados apresentados na Tabela 3 revelam que o modelo de regressão é altamente significativo, com um valor de *R Square* de 0.9871, indicando que 98.71% da variabilidade na confiabilidade percebida é explicada pelas variáveis

independentes incluídas no modelo. Este elevado nível de explicação reforça a robustez do modelo.

Tabela 3. Resultados da Análise de Regressão para a Hipótese 2

Regression Statistics	
Multiple R	0.99354
R Square	0.98713
Adjusted R Square	0.97551
Standard Error	0.35760
Observations	106

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	10	941.72350	94.17235	736.41058	2.41368E-85
Residual	96	12.27650	0.12788		
Total	106	954			

Confiabilidade das Fontes de Informação	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Costumo utilizar as redes sociais (ex: páginas do Facebook, Instagram de clínicas/hospitais).	0.08164	0.04147	1.96853	0.05189	-0.00068	0.16396	-0.00068	0.16396
Costumo consultar plataformas oficiais de turismo de saúde e bem-estar.	0.05035	0.05285	0.95281	0.34308	-0.05455	0.15526	-0.05455	0.15526
Costumo consultar websites de hospitais e clínicas especializadas em Portugal.	0.15316	0.05453	2.80871	0.00603	0.04492	0.26139	0.04492	0.26139
Costumo seguir recomendações de amigos, familiares ou conhecidos que já utilizaram serviços de saúde em Portugal.	0.39203	0.05294	7.40541	0.00000	0.28695	0.49711	0.28695	0.49711
Costumo recorrer a agências de viagem especializadas em serviços de turismo de saúde.	0.01039	0.04709	0.22069	0.82580	-0.08309	0.10387	-0.08309	0.10387
Costumo consultar publicações especializadas em saúde e bem-estar.	0.01824	0.04532	0.40245	0.68825	-0.07172	0.10820	-0.07172	0.10820
Costumo participar em fóruns online e grupos de discussão sobre saúde.	-0.04975	0.04576	-1.08703	0.27975	-0.14059	0.04109	-0.14059	0.04109
Costumo recorrer a embaixadas ou Consulados portugueses.	0.12763	0.05062	2.52118	0.01334	0.02714	0.22812	0.02714	0.22812
Costumo seguir blogs de viagem ou saúde com foco em experiências de turismo de saúde.	0.08112	0.04222	1.92133	0.05766	-0.00269	0.16493	-0.00269	0.16493
Costumo recorrer a apps móveis dedicadas aos serviços de turismo de saúde.	-0.08415	0.04360	-1.93002	0.05656	-0.17069	0.00240	-0.17069	0.00240

O valor ajustado de *Adjusted R Square* (0.9755), que considera o número de variáveis, confirma a consistência dos resultados. A estatística de significância global do modelo (*Significance F*:  $2.41 \times 10^{-85}$ ) demonstra que o modelo é estatisticamente significativo no seu conjunto.

Os resultados mostram que algumas variáveis apresentam uma relação estatisticamente significativa com a perceção de confiabilidade. Entre os fatores mais relevantes estão:

- Recomendações de amigos, familiares ou conhecidos (Coeficiente: 0.3920; *P-value*:  $5.04 \times 10^{-11}$ ), que apresentam o maior impacto no modelo. As recomendações interpessoais emergem como o fator mais relevante, destacando a importância da confiança entre os utilizadores.

- *Websites* de hospitais e clínicas especializadas (Coeficiente: 0.1532; *P-value*: 0.0060), indicando que a consulta de fontes online confiáveis e especializadas contribui significativamente para a percepção de confiabilidade.
- Embaixadas ou Consulados portugueses (Coeficiente: 0.1276; *P-value*: 0.0133), demonstrando que o apoio institucional fornecido por entidades governamentais é um fator significativo na construção de confiança.

Por outro lado, variáveis como redes sociais (*P-value*: 0.0519) e blogs de viagem ou saúde (*P-value*: 0.0577) apresentaram valores próximos de significância, mas ligeiramente acima do limiar de 0.05, sugerindo que o impacto dessas fontes pode ser relevante, mas não significativo no contexto deste modelo.

Os resultados desta análise validam parcialmente a Hipótese 2, confirmando que fontes de informação confiáveis, como recomendações pessoais e websites especializados, desempenham um papel essencial na construção de confiabilidade no ecossistema de turismo de saúde. No entanto, outras fontes, como redes sociais e blogs, apesar de populares, apresentam impacto limitado na percepção de confiança. Estes resultados sugerem que estratégias que promovam recomendações boca-a-boca e fortaleçam a presença institucional em plataformas especializadas devem ser priorizadas para potenciar a confiabilidade das informações no setor.

### *Testa à Hipótese 3 (H3): Impacto dos Serviços Adicionais*

A análise da Hipótese 3 busca avaliar como diferentes atributos de suporte, tanto relacionados ao turismo quanto aos serviços médicos, influenciam a percepção de valor e confiança no ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Para isso, foi utilizado o método de regressão linear múltipla, com o objetivo de identificar os fatores que exercem impacto significativo sobre a variável dependente.

Os resultados apresentados na Tabela 4 indicam que o modelo de regressão é altamente significativo, com um *R Square* de 0.9895, o que significa que 98.95% da variabilidade na percepção de valor pode ser explicada pelas variáveis independentes incluídas no modelo.

Tabela 4. Resultados da Análise de Regressão para a Hipótese 3

Regression Statistics	
Multiple R	0.99475
R Square	0.98953
Adjusted R Square	0.97668
Standard Error	0.33311
Observations	106

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	16	944.0134	59.0008	531.7205	5.42893E-81
Residual	90	9.9866	0.1110		
Total	106	954			

Impacto dos Serviços Adicionais	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Disponibilização de informações claras e detalhadas sobre os procedimentos médicos oferecidos.	0.13712	0.06915	1.98308	0.05041	-0.00025	0.27449	-0.00025	0.27449
Comunicação em língua estrangeira com profissionais de saúde.	0.11579	0.05733	2.01991	0.04637	0.00191	0.22968	0.00191	0.22968
Acesso a consultas prévias online ou virtuais com profissionais médicos.	-0.00555	0.07528	-0.07378	0.94135	-0.15511	0.14400	-0.15511	0.14400
Assistência na organização de viagens e alojamento para no período de tratamento.	-0.09210	0.06611	-1.39315	0.16701	-0.22345	0.03924	-0.22345	0.03924
Disponibilidade de pacotes de tratamento que incluam serviços de turismo e lazer.	-0.01211	0.06413	-0.18888	0.85061	-0.13952	0.11529	-0.13952	0.11529
Acesso a serviços pós-tratamento e acompanhamento médico.	0.08865	0.07081	1.25204	0.21380	-0.05202	0.22932	-0.05202	0.22932
Transparência e detalhe dos custos associados ao tratamento.	-0.15471	0.08570	-1.80530	0.07437	-0.32496	0.01554	-0.32496	0.01554
Suporte para necessidades dietéticas ou outras, durante a estadia.	0.00893	0.07600	0.11756	0.90668	-0.14205	0.15992	-0.14205	0.15992
Facilidades para pessoas com mobilidade reduzida.	0.11098	0.05873	1.88979	0.06200	-0.00569	0.22765	-0.00569	0.22765
Assistência na obtenção de vistos, se necessário.	-0.05824	0.04630	-1.25796	0.21166	-0.15022	0.03374	-0.15022	0.03374
Programas de bem-estar e recuperação pós-tratamento.	-0.02937	0.06036	-0.48652	0.62778	-0.14928	0.09055	-0.14928	0.09055
Opções de transporte para deslocamentos entre o alojamento e o local de tratamento.	0.19039	0.08131	2.34164	0.02141	0.02886	0.35192	0.02886	0.35192
Avaliações e testemunhos de pacientes anteriores.	0.00275	0.08597	0.03196	0.97457	-0.16804	0.17353	-0.16804	0.17353
Possibilidade de avaliar online os serviços prestados.	0.05474	0.04523	1.21037	0.22930	-0.03511	0.14459	-0.03511	0.14459
Segurança e privacidade dos dados do paciente.	0.13897	0.07775	1.78736	0.07725	-0.01550	0.29344	-0.01550	0.29344
Apoio a emergências médicas se necessário.	0.15928	0.08021	1.98574	0.05011	-0.00007	0.31864	-0.00007	0.31864

O valor ajustado de *Adjusted R Square* (0.9767) reforça a robustez do modelo, e a estatística global de significância (*Significance F*:  $5.43 \times 10^{-81}$ ) indica que o modelo é estatisticamente significativo.

Os resultados mostram que algumas variáveis apresentam uma relação estatisticamente significativa com a percepção de valor e suporte no turismo de saúde. Entre os fatores mais relevantes estão:

- Disponibilização de informações claras e detalhadas sobre os procedimentos médicos (Coeficiente: 0.1371; *P-value*: 0.0504), que influencia positivamente a percepção de valor.
- Comunicação em língua estrangeira com profissionais de saúde (Coeficiente: 0.1158; *P-value*: 0.0464), indicando a importância de superar barreiras linguísticas no atendimento ao turista de saúde.

- Opções de transporte para deslocações entre o alojamento e o local de tratamento (Coeficiente: 0.1904; *P-value*: 0.0214), demonstrando que facilidades logísticas contribuem significativamente para a experiência positiva dos turistas.
- Apoio a emergências médicas, se necessário (Coeficiente: 0.1593; *P-value*: 0.0501), destacando a relevância de suporte emergencial como um diferencial de confiança.

Por outro lado, variáveis como acesso a consultas prévias online, suporte para necessidades dietéticas e transparência dos custos associados ao tratamento apresentaram *P-values* acima do limiar de 0.05, indicando impacto limitado no contexto deste modelo.

Os resultados desta análise validam parcialmente a Hipótese 3, confirmando que a disponibilização de informações claras, a comunicação em língua estrangeira, o transporte acessível e o apoio emergencial são atributos de suporte cruciais no turismo de saúde em Portugal. Estratégias que priorizem esses fatores podem fortalecer a experiência e a confiança dos turistas, contribuindo para a consolidação do ecossistema de turismo de saúde.

## Capítulo 7. Discussão dos Resultados

Os resultados estatísticos obtidos para as três hipóteses propostas oferecem uma base sólida para compreender os fatores que contribuem para o desenvolvimento de um ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Esta secção aprofunda a interpretação de cada hipótese, identificando implicações práticas e oportunidades para o setor.

### 7.1. Personalização e Cocriação de Valor (H1)

A H1 analisou como a personalização dos serviços impacta a cocriação de valor no turismo de saúde. Os resultados mostraram que o modelo estatístico é altamente significativo (*R Square*: 98.81%), indicando que quase toda a variabilidade da cocriação de valor pode ser explicada pelas variáveis estudadas.

#### *Principais Fatores Identificados*

- Qualificação dos profissionais de saúde (Coeficiente: 0.2239; *P-value*: 0.0005): Este fator emergiu como o mais relevante no modelo. A capacidade dos profissionais de comunicar em línguas estrangeiras não apenas facilita a experiência do turista, mas também promove confiança e segurança no serviço. Este resultado destaca a importância de investir em formação linguística e técnica dos profissionais.
- Infraestruturas modernas e bem equipadas (Coeficiente: 0.1957; *P-value*:  $5.70 \times 10^{-05}$ ): A qualidade das instalações foi identificada como um fator essencial para satisfazer as expectativas dos turistas de saúde. Investimentos em infraestruturas de ponta não apenas atraem turistas, mas também aumentam a reputação do destino.
- Serviços de apoio ao cliente (Coeficiente: 0.1114; *P-value*: 0.0170): Assistência personalizada, como transporte, alojamento e suporte linguístico, também se revelou um elemento significativo para a experiência positiva dos turistas.

#### *Fatores Menos Relevantes*

Os custos associados ao turismo de saúde (*P-value*: 0.4772) e a segurança nos serviços de saúde (*P-value*: 0.0842) não demonstraram significância estatística. Embora teóricos considerem esses fatores importantes, os resultados sugerem que, na prática, outros elementos qualitativos, como a personalização, exercem maior impacto.

## *Implicações*

Os resultados reforçam a necessidade de priorizar elementos que aumentem o valor percebido pelos turistas, como a qualificação profissional e as infraestruturas de qualidade. Estratégias para melhorar o suporte ao cliente devem ser desenvolvidas, especialmente para atender visitantes estrangeiros, facilitando o acesso a serviços personalizados.

## **7.2. Confiabilidade das Fontes de Informação (H2)**

A H2 explorou a influência das fontes de informação na percepção de confiabilidade do turismo de saúde em Portugal. O modelo demonstrou alta capacidade explicativa (*R Square*: 98.71%) e confirmou a importância de informações confiáveis e acessíveis.

### *Principais Fatores Identificados*

- Recomendações pessoais (Coeficiente: 0.3920; *P-value*:  $5.04 \times 10^{-11}$ ): Este foi o fator mais influente, destacando o papel das recomendações de amigos, familiares e conhecidos na construção de confiança. Experiências positivas tornam os turistas de saúde embaixadores naturais do destino, amplificando sua reputação.
- Websites de hospitais e clínicas especializadas (Coeficiente: 0.1532; *P-value*: 0.0060): A presença digital de instituições confiáveis também demonstrou ser um elemento significativo. Websites claros e bem estruturados transmitem credibilidade e ajudam os turistas a tomar decisões informadas.
- Recursos institucionais, como embaixadas e consulados (Coeficiente: 0.1276; *P-value*: 0.0133): Apoio institucional demonstrou ser uma peça importante para reforçar a confiança dos turistas, especialmente em situações que exigem suporte adicional.

### *Fatores Menos Relevantes*

Fontes como redes sociais (*P-value*: 0.0519) e blogs de saúde (*P-value*: 0.0577) apresentaram impacto limitado, sugerindo que, embora amplamente utilizadas, essas plataformas podem não ser suficientes para construir confiança sem o suporte de fontes mais robustas.

## *Implicações*

Para fortalecer a confiabilidade do ecossistema, é essencial investir em plataformas digitais institucionais, garantindo informações claras e transparentes. Além disso, estratégias de marketing devem incentivar o boca-a-boca positivo, utilizando testemunhos de turistas satisfeitos como ferramenta de promoção.

### **7.3. Atributos de Suporte no Turismo de Saúde (H3)**

A H3 avaliou a relevância de atributos de suporte no turismo de saúde. Com um *R Square* de 98.95%, o modelo destacou a importância de fatores complementares na experiência do turista.

#### *Principais Fatores Identificados*

- Opções de transporte entre alojamento e tratamento (Coeficiente: 0.1904; *P-value*: 0.0214): O transporte acessível e eficiente entre o local de estadia e os serviços médicos foi identificado como um dos principais determinantes para uma experiência positiva.
- Comunicação em língua estrangeira (Coeficiente: 0.1158; *P-value*: 0.0464): A comunicação eficaz é especialmente importante para turistas estrangeiros, reforçando a necessidade de profissionais multilíngues.
- Informações claras e detalhadas sobre os procedimentos médicos (Coeficiente: 0.1371; *P-value*: 0.0504): Informações transparentes ajudam os turistas a planejar sua jornada de forma mais confiável.
- Apoio a emergências médicas (Coeficiente: 0.1593; *P-value*: 0.0501): O suporte em situações de emergência é um elemento crucial para a segurança e a confiança do turista.

#### *Fatores Menos Relevantes*

Variáveis como a transparência dos custos associados ao tratamento (*P-value*: 0.0744) e facilidades para pessoas com mobilidade reduzida (*P-value*: 0.0620) não demonstraram significância estatística. No entanto, esses elementos podem complementar a experiência geral.

## *Implicações*

Para melhorar a experiência dos turistas de saúde, é essencial fortalecer o suporte logístico e a comunicação. Além disso, a criação de pacotes integrados que

incluam transporte, informações detalhadas e suporte emergencial pode diferenciar Portugal como destino.

## **Capítulo 8. Reflexões Gerais: Posicionar Portugal como Líder no Turismo de Saúde**

Os resultados globais das análises estatísticas realizadas nas três hipóteses oferecem uma visão abrangente sobre os fatores críticos para a criação e consolidação de um ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Esta secção aprofunda as reflexões gerais sobre os resultados, articulando as suas interligações e identificando as áreas prioritárias de intervenção para desenvolver um modelo sustentável e competitivo.

Os fatores mais significativos identificados nas três hipóteses apontam para a necessidade de uma abordagem integrada, onde qualidade dos serviços, confiabilidade das informações e atributos de suporte se complementam mutuamente. Para que Portugal se afirme como um destino de excelência no turismo de saúde, é fundamental que estas dimensões sejam abordadas de forma estratégica.

### **8.1. Qualidade e Personalização como Pilar Central**

Os resultados da Hipótese 1 destacam que os elementos de qualidade e personalização dos serviços são determinantes para a cocriação de valor. A qualificação dos profissionais, a modernidade das infraestruturas e os serviços de apoio ao cliente foram identificados como os fatores com maior impacto na experiência do turista.

- **Qualificação dos Profissionais:** É essencial garantir que os profissionais de saúde sejam não apenas tecnicamente competentes, mas também capazes de comunicar em línguas estrangeiras, o que elimina barreiras linguísticas e promove confiança.
- **Infraestruturas de Alta Qualidade:** Investimentos contínuos em hospitais e clínicas modernas, com tecnologia de ponta, são indispensáveis para atender às expectativas dos turistas, especialmente aqueles provenientes de mercados internacionais altamente exigentes.
- **Serviços Personalizados:** A capacidade de oferecer experiências adaptadas às necessidades individuais de cada turista reforça a perceção de valor, diferenciando Portugal de outros destinos.

## **8.2. Confiança como Elemento Estruturante**

A confiabilidade das fontes de informação, analisada na Hipótese 2, é um elemento estruturante do ecossistema de turismo de saúde. A capacidade de inspirar confiança nos turistas é crucial para que estes escolham Portugal como destino.

- **Recomendações Pessoais:** A confiança gerada por experiências positivas de amigos, familiares ou conhecidos é um dos maiores motores de decisão. Portanto, promover um atendimento de excelência que converta turistas em embaixadores do destino é uma estratégia chave.
- **Presença Digital Confiável:** Websites de hospitais e clínicas especializadas são ferramentas fundamentais para transmitir credibilidade. É imprescindível que essas plataformas sejam informativas, intuitivas e transparentes, fornecendo detalhes claros sobre os serviços oferecidos, os custos associados e os profissionais envolvidos.
- **Apoio Institucional:** A presença de entidades públicas, como embaixadas, consulados e órgãos oficiais de turismo, reforça a confiança, especialmente em situações que requerem suporte adicional.

## **8.3. Suporte Logístico e Operacional**

A Hipótese 3 enfatizou a importância de atributos de suporte, que ajudam a criar uma experiência fluida e positiva para os turistas. Elementos logísticos e operacionais, quando bem estruturados, podem transformar desafios em oportunidades.

- **Transporte Eficiente:** Facilidades de transporte entre alojamentos e locais de tratamento foram identificadas como um diferencial significativo. A criação de soluções de mobilidade dedicadas aos turistas de saúde pode otimizar sua experiência e reduzir fricções.
- **Informações Detalhadas e Transparência:** A disponibilização de informações claras sobre os procedimentos médicos, incluindo os custos associados, ajuda os turistas a planejar melhor sua jornada e reduz a incerteza.
- **Suporte Emergencial:** Garantir um atendimento rápido e eficiente em situações de emergência não só eleva a confiança do turista, mas também projeta uma imagem de profissionalismo e segurança.

#### **8.4. A Necessidade de Sinergias no Ecosistema**

Um dos pontos mais relevantes é a necessidade de criar sinergias entre os diferentes atores envolvidos no ecossistema, desde instituições públicas a operadores privados. Cada parte deve desempenhar um papel complementar, assegurando que o turista tenha uma experiência integrada e consistente. As áreas de cooperação incluem:

- **Coordenação entre Saúde e Turismo:** Hospitais, clínicas, hotéis e operadores turísticos devem trabalhar em conjunto para oferecer pacotes integrados que combinem serviços médicos com experiências culturais e de lazer.
- **Incentivos para Qualidade:** Políticas públicas devem incentivar a melhoria contínua das infraestruturas de saúde e a formação de profissionais especializados.
- **Promoção Internacional Coordenada:** As campanhas de promoção devem destacar não apenas os atributos médicos de Portugal, mas também a sua hospitalidade, segurança e qualidade de vida.

#### **8.5. Posicionar Portugal como Líder no Turismo de Saúde**

Com base nos resultados, Portugal tem potencial para se posicionar como um líder no turismo de saúde, mas isso exigirá um esforço conjunto e focado em áreas estratégicas. Algumas recomendações práticas incluem: (1) Criar uma Marca Nacional de Turismo de Saúde: Portugal deve desenvolver uma identidade clara para o setor, que comunique confiança, qualidade e inovação. Uma marca forte pode diferenciar o país de concorrentes globais; (2) Investir na Digitalização: Plataformas digitais interativas que permitam aos turistas acessar informações, agendar consultas e avaliar serviços são essenciais para competir em um mercado cada vez mais tecnológico; (3) Fortalecer a Capacidade Multilíngue: Desde profissionais de saúde até guias turísticos, todos os envolvidos no ecossistema devem ser treinados para atender turistas de diferentes origens e, (4) Implementar Certificações de Qualidade: A criação de selos de qualidade para instituições médicas e de suporte ao turismo pode aumentar a confiança dos turistas e garantir um padrão elevado de serviços.

Estas reflexões apontam para a necessidade de uma abordagem integrada e estratégica, que combine personalização, confiabilidade e suporte logístico. Portugal tem uma base sólida para se afirmar como um destino competitivo no turismo de saúde, mas isso exigirá esforços contínuos de inovação, colaboração e promoção

internacional. Os resultados desta investigação oferecem um guia claro sobre onde direcionar investimentos e esforços para alcançar esse objetivo. A implementação eficaz dessas estratégias pode não apenas fortalecer o ecossistema, mas também contribuir para o desenvolvimento económico e social do país.

## Capítulo 9. Conclusões

Esta dissertação teve como objetivo explorar como potenciar a criação de um ecossistema de turismo de saúde em Portugal, com base na análise de três questões de investigação (RQs) e na validação de hipóteses associadas a fatores críticos do setor. Utilizando a perspetiva *S-D Logic* como quadro teórico, foram analisadas as dimensões de personalização dos serviços, confiabilidade das fontes de informação e atributos de suporte. A investigação combinou um modelo empírico robusto, através de regressões múltiplas, com uma fundamentação teórica que destaca a centralidade do cliente e a cocriação de valor.

Os resultados obtidos permitiram responder às questões de investigação, deduzir as implicações práticas e teóricas e propor recomendações para o desenvolvimento sustentável do setor, bem como responder à pergunta de partida: *Como potenciar a criação de um ecossistema de turismo de saúde em Portugal?*

Relativamente à RQ1 – *De que forma a personalização dos serviços contribui para a cocriação de valor no turismo de saúde?* –, os resultados mostraram que a personalização dos serviços é um elemento central para a cocriação de valor. A validação da Hipótese 1 (H1) evidenciou que fatores como a qualificação dos profissionais, a modernidade das infraestruturas e os serviços de apoio personalizado exercem impacto positivo significativo sobre a perceção de valor dos turistas de saúde. Em particular, a qualificação dos profissionais, incluindo competências técnicas e linguísticas, foi identificada como o fator mais relevante, reforçando a importância de uma abordagem centrada no cliente. A interação entre os turistas e os prestadores de serviços cocria valor quando as necessidades individuais são atendidas, promovendo satisfação e confiança no destino. Assim, a personalização é confirmada como um pilar essencial para a cocriação de valor, respondendo claramente à RQ1.

No que diz respeito à RQ2 – *Como a confiabilidade das fontes de informação influencia a perceção de valor e confiança no turismo de saúde?* –, os resultados confirmaram que a confiabilidade é um elemento estruturante para a tomada de decisão do turista de saúde. A validação da Hipótese 2 (H2) destacou que recomendações interpessoais, websites especializados e apoio institucional são os fatores mais significativos para gerar confiança. As recomendações interpessoais, em particular, tiveram o maior impacto, demonstrando que turistas satisfeitos se tornam promotores naturais do destino. *Websites* confiáveis e o suporte de instituições, como embaixadas e consulados, também contribuem para reduzir incertezas e promover a segurança nas escolhas dos turistas. Este resultado reforça que informações claras e

transparentes são fundamentais para construir um ecossistema confiável, respondendo diretamente à RQ2.

Relativamente à RQ3 – *Quais atributos de suporte são mais relevantes para os turistas de saúde em Portugal?* –, os resultados da validação da Hipótese 3 (H3) indicaram que atributos de suporte como transporte eficiente, apoio emergencial e comunicação eficaz são cruciais para a experiência do turista de saúde. O transporte entre alojamento e locais de tratamento destacou-se como o fator mais relevante, eliminando barreiras logísticas e promovendo fluidez na experiência do turista. O suporte emergencial também foi identificado como um diferencial importante, proporcionando segurança em situações imprevistas. Esses atributos, embora complementares, são indispensáveis para criar um ecossistema coeso, que facilite a interação entre turistas e prestadores de serviços. Assim, a resposta à RQ3 aponta que atributos de suporte devem ser integrados como facilitadores essenciais de valor no turismo de saúde.

Com base nas respostas a estas três questões de investigação, é possível responder à pergunta de partida – *Como potenciar a criação de um ecossistema de turismo de saúde em Portugal?* –, concluindo que a criação de um ecossistema robusto depende de três pilares principais: personalização e qualidade dos serviços, confiabilidade das informações e atributos de suporte integrados. A personalização assegura que as necessidades individuais dos turistas sejam atendidas, a confiabilidade garante segurança na tomada de decisão, e os atributos de suporte criam uma experiência fluida e integrada. Esses três elementos, alinhados aos princípios da *S-D Logic*, promovem a cocriação de valor, colocando o turista no centro do ecossistema e garantindo a sua satisfação e fidelização.

No campo prático, estes resultados fornecem orientações claras para gestores e decisores políticos. Recomenda-se o investimento em qualificação profissional, infraestruturas modernas e plataformas digitais confiáveis, bem como na promoção internacional coordenada e no fortalecimento da logística e do suporte ao turista. Estes elementos, quando integrados, criam um ecossistema competitivo, capaz de atrair turistas internacionais e promover o crescimento económico e social de Portugal. No campo teórico, a dissertação contribui para o avanço da literatura ao aplicar a *S-D Logic* ao turismo de saúde, expandindo o entendimento sobre a cocriação de valor e integrando novas dimensões, como confiabilidade e suporte, ao modelo teórico.

Embora os resultados sejam significativos, o estudo apresenta algumas limitações. O foco exclusivo em Portugal e a abordagem quantitativa podem ser

complementados por estudos comparativos internacionais e qualitativos, explorando percepções e experiências de turistas. Recomenda-se também investigar o impacto económico e social do turismo de saúde no país e explorar a aplicabilidade das estratégias propostas em setores correlatos, como turismo de bem-estar ou turismo sénior.

Concluindo, Portugal tem condições para se afirmar como um destino de excelência no turismo de saúde, desde que invista nos pilares identificados e implemente as recomendações propostas. A integração de personalização, confiabilidade e suporte cria um ecossistema centrado no cliente, capaz de promover a cocriação de valor e gerar vantagens competitivas duradouras. Este estudo oferece um guia claro para gestores e decisores e contribui para o desenvolvimento sustentável de um setor estratégico para o país.

### **9.1. Implicações Práticas e Teóricas**

Os resultados desta investigação apresentam implicações significativas tanto para a prática como para o desenvolvimento teórico no campo do turismo de saúde. A abordagem integrada, ancorada na *S-D Logic* e validada por análises empíricas, oferece uma base para orientar ações estratégicas e expandir o entendimento académico sobre o tema.

#### *Implicações Práticas*

Os resultados deste estudo fornecem um conjunto claro de orientações para gestores, operadores turísticos, instituições de saúde e decisores políticos interessados em desenvolver o ecossistema de turismo de saúde em Portugal. Em primeiro lugar, investir na qualificação e formação dos profissionais de saúde é essencial para atender às expectativas dos turistas internacionais. A formação técnica e linguística garante interações positivas, facilita a comunicação e promove a confiança dos visitantes. Programas de formação contínua e certificações em competências específicas para o turismo de saúde podem diferenciar os serviços portugueses no mercado global.

Em segundo lugar, a modernização das infraestruturas de saúde surge como uma prioridade. Melhorar instalações hospitalares e clínicas com tecnologia avançada e condições que garantam o conforto dos turistas é crucial para atrair visitantes exigentes. Além disso, a implementação de espaços adaptados a diferentes necessidades, como acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, representa uma oportunidade estratégica que pode ampliar o público-alvo.

A promoção internacional e o marketing relacional também são elementos-chave. Criar uma marca nacional forte para o turismo de saúde, destacando atributos como qualidade, segurança e inovação, posicionará Portugal como um destino de excelência. Paralelamente, práticas de marketing relacional, como a promoção de recomendações interpessoais e o uso de testemunhos de turistas satisfeitos, são ferramentas eficazes para construir credibilidade e atrair novos visitantes.

Outro ponto crucial é o reforço da presença digital. Desenvolver plataformas digitais confiáveis e interativas, que ofereçam informações detalhadas, agendamento online de serviços médicos e avaliações de clientes, é fundamental para captar turistas mais informados e exigentes. A transparência nas informações, incluindo custos e detalhes sobre os tratamentos, reduz incertezas, melhora a experiência do utilizador e fortalece a confiança no destino.

Além disso, soluções logísticas e de suporte desempenham um papel importante na experiência dos turistas de saúde. Sistemas eficientes de transporte entre alojamentos e locais de tratamento eliminam barreiras logísticas e proporcionam uma experiência mais fluida. Oferecer suporte emergencial e assistência personalizada, como ajuda com vistos ou requisitos específicos durante a estadia, reforça a segurança e a confiança dos turistas, aumentando a satisfação geral.

Finalmente, a integração de serviços e a cooperação setorial são fundamentais para fortalecer o ecossistema. Promover a colaboração entre o setor de saúde, operadores turísticos e instituições governamentais pode gerar sinergias que tornam os serviços mais eficazes e atrativos. A oferta de pacotes integrados que combinem tratamentos médicos com experiências culturais e de lazer pode diferenciar Portugal de outros destinos, proporcionando uma proposta de valor única no mercado global.

Estas recomendações práticas formam a base para transformar Portugal em um destino competitivo e sustentável no turismo de saúde, com impacto positivo na economia e na reputação internacional do país.

### *Implicações Teóricas*

A investigação também apresenta importantes contribuições para o avanço teórico no campo do turismo de saúde e na aplicação da *S-D Logic*, reforçando e expandindo os quadros conceptuais existentes. Em primeiro lugar, este estudo confirma que a cocriação de valor é um elemento central no turismo de saúde, evidenciando que o valor é gerado através da interação entre turistas e fornecedores de serviços. A *S-D Logic* demonstrou ser um quadro teórico adequado para interpretar

e estruturar a complexidade das interações no setor, reforçando a importância da centralidade do cliente.

Além disso, a inclusão de dimensões como confiabilidade das fontes de informação e atributos de suporte amplia os quadros teóricos existentes. Este enriquecimento proporciona uma abordagem mais holística e detalhada para compreender as necessidades e expectativas dos turistas de saúde, indo além dos fatores tradicionais analisados na literatura. Esta integração permite uma visão mais completa dos determinantes que influenciam a experiência e a satisfação dos turistas.

Outro contributo significativo é a validação de um modelo empírico que confirma a relevância de três dimensões principais – personalização, confiabilidade e suporte – na criação de um ecossistema robusto de turismo de saúde. O modelo estatístico utilizado valida as relações teóricas propostas, oferecendo evidências claras sobre os fatores críticos do setor. Este modelo pode ser replicado e adaptado a outros contextos geográficos ou aplicado a setores correlatos, como o turismo de bem-estar, permitindo o avanço do conhecimento em áreas complementares.

A conexão entre a experiência do cliente e a sustentabilidade económica e social também é uma importante contribuição deste estudo. A centralidade do cliente e a cocriação de valor destacadas sugerem que o foco nas interações e na qualidade dos serviços não só beneficia diretamente os turistas, mas também gera impactos positivos para os destinos. Estes impactos incluem benefícios económicos, como o aumento da receita turística, e sociais, como a melhoria da reputação e a criação de emprego.

Finalmente, o estudo contribui para o desenvolvimento de um quadro multidimensional do turismo de saúde. Este quadro considera simultaneamente fatores tangíveis, como infraestruturas e logística, e intangíveis, como confiança e percepção de valor, oferecendo uma abordagem abrangente que pode orientar investigações futuras. Assim, esta investigação não apenas amplia o entendimento teórico sobre turismo de saúde, mas também oferece uma base sólida para a formulação de políticas e estratégias práticas que integrem os múltiplos fatores que compõem este setor complexo e em crescimento.

As implicações práticas e teóricas deste estudo destacam a relevância de uma abordagem integrada e centrada no cliente para o desenvolvimento do turismo de saúde. No campo prático, as recomendações fornecem um guia claro para decisores e operadores, indicando as áreas prioritárias de investimento e melhoria. No campo teórico, a expansão do uso da *S-D Logic* e a validação empírica das hipóteses

propostas contribuem para o avanço do conhecimento sobre cocriação de valor e desenvolvimento de ecossistemas complexos.

A aplicação conjunta destas implicações pode não apenas fortalecer a posição de Portugal no mercado global de turismo de saúde, mas também servir como base para novas investigações académicas e estratégias inovadoras.

## **9.2. Limitações do Estudo e Recomendações para Trabalhos Futuros**

Embora esta investigação tenha produzido resultados significativos e relevantes, é importante reconhecer as limitações do estudo, que oferecem oportunidades para aprofundar o conhecimento sobre o turismo de saúde em Portugal e outros contextos. Além disso, estas limitações apontam direções para trabalhos futuros, que podem complementar e expandir as conclusões apresentadas.

### *Limitações do Estudo*

Apesar dos contributos significativos deste estudo para o turismo de saúde em Portugal, algumas limitações devem ser reconhecidas, pois apontam para áreas que podem ser exploradas em investigações futuras. Em primeiro lugar, o foco exclusivo no ecossistema de turismo de saúde em Portugal limita a generalização dos resultados para outros países ou regiões. Embora o contexto português tenha características únicas e relevantes, como a qualidade dos serviços de saúde e a atratividade turística, uma análise comparativa com outros destinos internacionais poderia fornecer insights adicionais, identificando vantagens competitivas e áreas de melhoria.

Além disso, a abordagem quantitativa predominante utilizada para explorar os fatores que influenciam o turismo de saúde, apesar de eficaz para testar hipóteses e identificar relações entre variáveis, apresenta limitações na captura de perceções subjetivas dos turistas. Questões relacionadas às motivações, experiências e expectativas dos visitantes são difíceis de abordar apenas com métodos quantitativos. A inclusão de abordagens qualitativas, como entrevistas ou grupos focais, poderia enriquecer a compreensão de aspetos mais profundos e subjetivos.

Outra limitação importante é a dimensão e a diversidade da amostra. Embora representativa, a amostra poderia ser ampliada para incluir uma maior diversidade de perfis de turistas de saúde, abrangendo diferentes faixas etárias, nacionalidades e níveis socioeconómicos. Uma amostra mais heterogénea poderia permitir a identificação de subgrupos com necessidades específicas, proporcionando informações mais detalhadas e segmentadas.

O estudo concentrou-se principalmente em variáveis relacionadas à personalização, confiabilidade e suporte, mas deixou de abordar em detalhe outras dimensões contextuais relevantes, como impacto cultural, percepção de preço e competitividade entre destinos. Essas variáveis poderiam complementar o modelo teórico e empírico, permitindo uma análise mais abrangente dos fatores que influenciam o turismo de saúde.

Por último, o horizonte temporal da análise foi limitado a um período específico, o que pode não refletir variações ao longo do tempo, como mudanças nas preferências dos turistas ou alterações no ambiente competitivo global. Estudos longitudinais poderiam oferecer uma perspectiva mais dinâmica e contextualizada, permitindo compreender melhor as tendências e adaptações no setor ao longo do tempo.

Reconhecer estas limitações não diminui a relevância dos resultados obtidos, mas abre oportunidades para trabalhos futuros que possam complementar e expandir as conclusões apresentadas. Esses esforços poderão contribuir para o desenvolvimento de uma compreensão mais completa e multidimensional do turismo de saúde, tanto em Portugal quanto em outros contextos internacionais.

#### *Recomendações para Trabalhos Futuros*

As recomendações para trabalhos futuros baseiam-se nas limitações identificadas neste estudo e nas oportunidades para expandir o conhecimento sobre o turismo de saúde. Uma das principais recomendações é a realização de estudos comparativos internacionais, que analisem como o ecossistema de turismo de saúde em Portugal se posiciona em relação a outros destinos de referência, como Alemanha, Índia ou Tailândia. Essas investigações podem identificar vantagens competitivas específicas de Portugal, como a combinação de qualidade de serviços médicos e atratividade turística, enquanto destacam áreas de melhoria para o fortalecimento do setor.

Outra direção promissora é a adoção de análises qualitativas, como entrevistas em profundidade ou grupos focais, para explorar as percepções, motivações e experiências dos turistas de saúde. Estas abordagens podem complementar os resultados quantitativos, oferecendo uma perspectiva mais rica e detalhada sobre aspectos subjetivos que influenciam as decisões e a satisfação dos turistas. A exploração de mercados específicos, como turistas da América do Norte, Europa ou Ásia, também surge como uma oportunidade estratégica, permitindo segmentar estratégias e adaptar os serviços para atender às preferências de diferentes públicos.

Além disso, estudos futuros podem focar-se na análise do impacto económico e social do turismo de saúde em Portugal. Investigações que avaliem a geração de empregos, o fortalecimento da economia regional e os efeitos sobre o sistema de saúde pública são fundamentais para compreender o papel estratégico do setor no desenvolvimento do país. A evolução do turismo de saúde ao longo do tempo também é uma área a explorar, com investigações longitudinais que analisem tendências e adaptações no setor face a mudanças globais, como avanços tecnológicos, crises de saúde pública ou alterações no comportamento dos consumidores.

Outra recomendação é investigar a integração do turismo de saúde com outras formas de turismo, como turismo de bem-estar, turismo sénior ou turismo de aventura. Este enfoque pode revelar sinergias e oportunidades de diversificação que ampliem a atratividade de Portugal como destino. O papel da digitalização e da inovação também merece destaque, com futuros estudos a explorar soluções como telemedicina, inteligência artificial e plataformas de agendamento online, que podem melhorar a experiência dos turistas de saúde e aumentar a eficiência dos serviços.

Finalmente, trabalhos futuros poderiam criar indicadores de competitividade no turismo de saúde, permitindo comparar Portugal com outros destinos e identificar fatores-chave para atrair turistas internacionais. Estes indicadores poderiam incluir variáveis como custo-benefício, qualidade dos serviços médicos, acessibilidade e experiência do cliente, ajudando a definir estratégias que posicionem Portugal como um líder global no setor. Estas recomendações oferecem um plano abrangente para avançar a investigação e fortalecer o turismo de saúde, não apenas em Portugal, mas também em contextos internacionais.

As limitações deste estudo fornecem uma base para o desenvolvimento de novas investigações, que podem complementar e expandir o conhecimento sobre o turismo de saúde. Estudos comparativos, análises qualitativas e investigações sobre impacto económico e social têm o potencial de aprofundar a compreensão deste setor. Ao abordar estas áreas, futuros trabalhos poderão contribuir para o fortalecimento do ecossistema de turismo de saúde em Portugal, posicionando o país como um líder global neste mercado em crescimento.

## Referências

- Adi, S. P. S., Ghinahana, S., Yudianto, B. R., & Wibowo, A. J. I. (2023). Institutions, technology and resource integration in the value co-creation process: A study of service-dominant logic in higher education. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 16(5), 1864–1883. <https://doi.org/10.1108/JARHE-03-2023-0104>
- Agustina, M., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). The effect of perceived value and destination image on revisit intention through tourist satisfaction as a mediating variable (Case study on Nglanggeran Tourism). *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 3(1), Artigo 1. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb/article/view/104>
- Aiello, F., Bonanno, G., Puggioni, A., & Rossi, S. P. S. (2024). Family ownership, finance for innovation, and exports. Evidence from European micro and small firms. *Economics of Innovation and New Technology*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1080/10438599.2024.2329263>
- Briglauer, W., & Grajek, M. (2023). Effectiveness and efficiency of state aid for new broadband networks: Evidence from OECD member states. *Economics of Innovation and New Technology*, 33(5), 672–700. <https://doi.org/10.1080/10438599.2023.2222265>
- Chan, J. A., Koster, A., Eussen, S. J., Pinho, M. G. M., Lakerveld, J., Stehouwer, C. D., Dagnelie, P. C., Kallen, C. J. van der, Greevenbroek, M. M. van, Wesselius, A., & Bosma, H. (2023). The association between the food environment and adherence to healthy diet quality: The Maastricht Study. *Public Health Nutrition*, 26(9), 1775–1783. <https://doi.org/10.1017/S1368980023001180>
- Chandra, S., Mohammadnezhad, M., & Ward, P. (2018). Trust and Communication in a Doctor- Patient Relationship: A Literature Review. *Journal of Healthcare Communications*, 03(03). <https://doi.org/10.4172/2472-1654.100146>
- Conlan, C., Cunningham, T., Watson, S., Madan, J., Sfyridis, A., Sartori, J., Ferhatosmanoglu, H., & Lilford, R. (2023). Perceived quality of care and choice of healthcare provider in informal settlements. *PLOS Global Public Health*, 3(2), e0001281. <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0001281>
- da Silva, A., & Cardoso, A. J. M. (2024a). Coopetition with the Industrial IoT: A Service-Dominant Logic Approach. *Applied System Innovation*, 7(3), Artigo 3. <https://doi.org/10.3390/asi7030047>
- da Silva, A., & Cardoso, A. J. M. (2024b). Designing Coopetition Networks for SMEs: A Service-Dominant Logic Approach - [v1]. *Preprints*. <https://www.preprints.org/manuscript/202408.2118/v1>

- da Silva, A., & Cardoso, A. J. M. (2024c). Enhancing customer satisfaction through IIoT-Enabled coopetition: Strategic insights and impacts. *Internet of Things*, 28, 101408. <https://doi.org/10.1016/j.iot.2024.101408>
- da Silva, A., & Cardoso, A. J. M. (2024d). Value Creation in Technology-Driven Ecosystems: Role of Coopetition in Industrial Networks. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(3), Artigo 3. <https://doi.org/10.3390/jtaer19030113>
- Diário da República, 18378, Ministério da Instrução Pública - Direcção Geral do Ensino Superior e das Belas Artes 1.ª Secção, Diário do Governo n.º 118/1930 929 (1930). <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto/18378-224867>
- Dryglas, D., & Różycki, P. (2017). Profile of tourists visiting European spa resorts: A case study of Poland. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(3), 298–317. <https://doi.org/10.1080/19407963.2017.1297311>
- Edgman-Levitan, S., & Schoenbaum, S. C. (2021). Patient-centered care: Achieving higher quality by designing care through the patient's eyes. *Israel Journal of Health Policy Research*, 10, 21. <https://doi.org/10.1186/s13584-021-00459-9>
- Fidan, I., Huseynov, O., Ali, M. A., Alkunte, S., Rajeshirke, M., Gupta, A., Hasanov, S., Tantawi, K., Yasa, E., Yilmaz, O., Loy, J., Popov, V., & Sharma, A. (2023). Recent Inventions in Additive Manufacturing: Holistic Review. *Inventions*, 8(4), Artigo 4. <https://doi.org/10.3390/inventions8040103>
- Gonçalves, E., & Guerra, R. (2019). O turismo de saúde e bem-estar como fator de desenvolvimento local: Uma análise à oferta termal portuguesa. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 453–472. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.030>
- Governo da República Portuguesa. (2024, janeiro 4). *Comunicação—Notícias* [Notícias]. <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/noticia?i=2023-foi-o-melhor-ano-de-sempre-no-turismo>
- Guy, B. S., Henson, J. L. N., & Dotson, M. J. (2015). Characteristics of consumers likely and unlikely to participate in medical tourism. *International Journal of Healthcare Management*, 8(2), 68–76. <https://doi.org/10.1179/2047971914Y.0000000076>
- Hanefeld, J., Lunt, N., Smith, R., & Horsfall, D. (2015). Why do medical tourists travel to where they do? The role of networks in determining medical travel. *Social Science & Medicine*, 124, 356–363. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2014.05.016>
- Imschloss, M., & Schwemmler, M. (2023). Value creation in post-pandemic retailing: A conceptual framework and implications. *Journal of Business Economics*, 94(6), 851–889. <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01189-x>
- INE. (2024, agosto 1). *Conta Satélite do Turismo para Portugal*. Instituto Nacional de Estatística,

[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUE\\_Sdest\\_boui=646121022&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUE_Sdest_boui=646121022&DESTAQUESmodo=2)

- Jaakkola, E., Kaartemo, V., Siltaloppi, J., & Vargo, S. L. (2024). Advancing service-dominant logic with systems thinking. *Journal of Business Research*, 177, 114592. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114592>
- JCI-Accredited Organizations.* (2024). <https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending>
- Jónás-Berki, M., Csapó, J., Pálfi, A., & Aubert, A. (2015). A Market and Spatial Perspective of Health Tourism Destinations: The Hungarian Experience. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 602–612. <https://doi.org/10.1002/jtr.2027>
- Karadayi-Usta, S., & SerdarAsan, S. (2020). A conceptual model of medical tourism service supply chain. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(2), Artigo 2. <https://doi.org/10.3926/jiem.3008>
- Lajevardi, M. (2016). A Comprehensive Perspective on Medical Tourism Context and Create a Conceptual Framework. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5(5), 1–12. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000236>
- Lepierre, C., Narciso, A., & Luzes, O. (1930). *Le Portugal hydrologique et climatique* (Lisbonne : Direction Générale des Mines et Services Géologiques et de l'Institut d'Hydrologie et de Climatologie, 1–4). Lisboa: Indústrias Gráficas; Rómulo - Centro Ciência Viva da Universidade de Coimbra.
- Lindström, T., & Polska, P. (2016). Coopetition close to the customer—A case study of a small business network. *Industrial Marketing Management*, 53, 207–215. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.06.005>
- Lu, H.-Y., Wu, W.-Y., & Chen, S.-H. (2016). Influences on the perceived value of medical travel: The moderating roles of risk attitude, self-esteem and word-of-mouth. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 477–491. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.882887>
- Lunt, N., Hardey, M., & Mannion, R. (2010). Nip, Tuck and Click: Medical Tourism and the Emergence of Web-Based Health Information. *The Open Medical Informatics Journal*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.2174/1874431101004010001>
- Lusch, R. F., Vargo, S. L., & Tanniru, M. (2010). Service, value networks and learning. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(1), 19–31. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0131-z>
- Madruga, R. P., Renato Silva, É., Francisco Moreira Pessanha, J., Henriques de Arruda, H., & Naked Haddad, A. (2024). From IFCX to CXMMI: Validation and Evolution of a Customer Experience Management Maturity Model. *IEEE Access*, 12, 119350–119370. IEEE Access. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3448465>

- Maglio, P. P., & Spohrer, J. (2008). Fundamentals of service science. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 18–20. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0058-9>
- Marković, S., Lončarić, D., & Lončarić, D. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction in the Health Care Industry—Towards Health Tourism Market. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20(2), 155–170. <https://doi.org/10.20867/thm.20.2.1>
- Mustak, M., & Plé, L. (2020). A critical analysis of service ecosystems research: Rethinking its premises to move forward. *Journal of Services Marketing*, 34(3), 399–413. <https://doi.org/10.1108/JSM-02-2019-0084>
- Nakhaeinejad, M., Moeinzadeh, M. H., Bafrouei, S. A. T., & Akhavan, A. (2021). A framework for medical tourists' satisfaction and loyalty by customer segmentation and quality improvement. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 1022–1033. <https://doi.org/10.1108/JHTI-03-2021-0069>
- Os *Melhores Resorts no Algarve*. (2024). Algarve Portugal Tourism Guide. <https://www.algarveportugaltourism.com/turismo/hoteis/resorts.html>
- Prymon, M. (2016). Dynamic aspects of brand management. *Economics, Management, and Financial Markets*, 11(1), 135–142. Addleton Academic Publishers.
- Razmdoost, K., Alinaghian, L., Chandler, J. D., & Mele, C. (2023). Service ecosystem boundary and boundary work. *Journal of Business Research*, 156, 113489. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113489>
- Sabatin, I. C., Moreti, L. N., Melo, W. P., & Barbosa, V. G. (2022). A importância da satisfação do cliente para a empresa. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar*, 3(3). <https://doi.org/10.47820/recima21.v3i3.1219>
- Saha, S. (2024). *Medical Tourism Market Strategic Growth Analysis 2024 to 2034* (Medical Tourism Market, p. 333). <https://www.futuremarketinsights.com/reports/medical-tourism-market>
- Thornton, M., Howard, L., & Martin, W. M. (2022). Attracting a geographically diverse patient base: Who is willing to travel for hospital care? *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 16(4), 561–578. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-02-2021-0017>
- Tiukhova, E., Vemuri, P., Óskarsdóttir, M., Poelmans, S., Baesens, B., & Snoeck, M. (2024). *Discovering Unusual Study Patterns Using Anomaly Detection and XAI*. <https://hdl.handle.net/10125/106555>
- Vargo, S. L., Akaka, M. A., & Wieland, H. (2020). Rethinking the process of diffusion in innovation: A service-ecosystems and institutional perspective. *Journal of Business Research*, 116, 526–534. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.038>

- Vargo, S. L., Fehrer, J. A., Wieland, H., & Nariswari, A. (2024). The nature and fundamental elements of digital service innovation. *Journal of Service Management*, 35(2), 227–252. <https://doi.org/10.1108/JOSM-02-2023-0052>
- Vargo, S. L., & Koskela-Huotari, K. (2020). Advancing conceptual-only articles in marketing. *AMS Review*, 10(1), 1–5. <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00173-w>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Vargo, S. L., Peters, L., Kjellberg, H., Koskela-Huotari, K., Nenonen, S., Polese, F., Sarno, D., & Vaughan, C. (2023). Emergence in marketing: An institutional and ecosystem framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51(1), 2–22. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00849-8>
- Vargo, S. L., Wieland, H., & O'Brien, M. (2023). Service-dominant logic as a unifying theoretical framework for the re-institutionalization of the marketing discipline. *Journal of Business Research*, 164, 113965. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113965>
- Wernz, C., Wernz, P. T., & Phusavat, K. (2014). Service convergence and service integration in medical tourism. *Industrial Management & Data Systems*, 114(7), 1094–1106. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2014-0115>
- Wieland, H., Hartmann, N. N., & Vargo, S. L. (2017). Business models as service strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(6), 925–943. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0531-z>
- World Economic Forum. (2024, maio). *Travel & Tourism Development Index 2024*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- Zacarias, T. C. G. (2023). *Turismo de Bem-Estar: Potenciar e Diversificar a Oferta Turística – os casos de Lisboa e Porto* [Doutoramento]. Universidade de Lisboa.

## **Anexo A - Guião do Questionário**

### **Introdução / Introduction**

Português

Este questionário é parte integrante da dissertação de mestrado intitulada "Caminhos para Intensificar o Turismo de Saúde em Portugal", conduzida no âmbito do Mestrado em Estratégias de Investimento e Internacionalização, ISG Instituto Superior de Gestão, a Primeira *Business School Portuguesa*.

O objetivo deste inquérito é recolher dados para compreender melhor as oportunidades e os desafios enfrentados pelo setor do turismo de saúde em Portugal, visando identificar estratégias eficazes para o seu desenvolvimento e expansão.

Confidencialidade e Anonimato: Garantimos que todas as informações pessoais relacionadas com este questionário serão tratadas com total confidencialidade, mantidas anónimas e utilizadas exclusivamente para fins académicos relacionados com esta dissertação.

Tempo Estimado: O preenchimento deste questionário será inferior a 5 minutos. Agradecemos antecipadamente a sua colaboração e tempo dedicado.

*English*

*This questionnaire is an integral part of the master's thesis entitled "Pathways to Intensify Health Tourism in Portugal", conducted as part of the Master's Degree in Investment and Internationalisation Strategies, ISG Instituto Superior de Gestão, the First Portuguese Business School.*

*The aim of this survey is to collect data to better understand the opportunities and challenges facing the health tourism sector in Portugal, with a view to identifying effective strategies for its development and expansion.*

*Confidentiality and Anonymity*  
*We guarantee that all personal information related to this questionnaire will be treated with total confidentiality, kept anonymous, and used exclusively for academic purposes related to this dissertation.*

*Estimated Time: This questionnaire will take less than 5 minutes to complete. Thank you in advance for your collaboration and time.*

### **Dados Pessoais (Facultativo) / Section 1: Personal Information (Optional)**

1. Idade / *Age*

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 ou mais / *65 or older*

2. Género / *Gender*

- Masculino / *Male*
- Feminino / *Female*
- Prefiro não responder / *Prefer not to say*

3. País de Origem / *Country of Origin*: \_\_\_\_\_

4. Atividade / *Occupation*: \_\_\_\_\_

### **Secção 1: Avaliação Geral / Section 1: General Evaluation**

Português

Na sua opinião, classifique de 1 a 5, a sua perceção quanto aos serviços de saúde em Portugal:

- 1 — Discordo totalmente
- 2 — Discordo
- 3 — Neutro
- 4 — Concordo
- 5 — Concordo totalmente

*English*

*In your opinion, rate the following statements from 1 to 5:*

- 1 — Strongly Disagree*
- 2 — Disagree*
- 3 — Neutral*
- 4 — Agree*
- 5 — Strongly Agree*

1.1. Portugal oferece múltiplos serviços de qualidade para o turismo de saúde. / *Portugal offers multiple high-quality health tourism services.*

1.2. Os custos do turismo de saúde em Portugal são inferiores aos de outros destinos. / *Health tourism costs in Portugal are lower than in other destinations.*

1.3. Os profissionais de turismo de saúde em Portugal estão qualificados e comunicam em línguas estrangeiras. / *Health tourism professionals in Portugal are qualified and communicate in foreign languages.*

1.4. As instalações para serviços de saúde em Portugal são modernas e bem equipadas. / *Health service facilities in Portugal are modern and well-equipped.*

1.5. Os organismos oficiais promovem os serviços de turismo de saúde a nível internacional. / *Official organizations promote health tourism services internationally.*

1.6. Em Portugal, existe uma boa integração entre os serviços de saúde e a experiência dos visitantes. / *In Portugal, there is good integration between health services and visitor experience.*

1.7. Existem serviços de apoio ao cliente, como transporte e alojamento, no turismo de saúde em Portugal. / *There are customer support services, such as transportation and accommodation, in health tourism in Portugal.*

1.8. Recomendo Portugal como um destino de turismo de saúde. / *I recommend Portugal as a health tourism destination.*

1.9. Sinto-me seguro(a) ao utilizar os serviços de saúde em Portugal. / *I feel safe using health services in Portugal.*

## **Secção 2: Fontes de Informação / Section 2: Information Sources**

Português

Classifique de 1 a 5, as fontes de informação que utiliza quando procura serviços de turismo de saúde:

- 1 — Discordo totalmente
- 2 — Discordo
- 3 — Neutro
- 4 — Concordo
- 5 — Concordo totalmente

*English*

*Rate from 1 to 5 the information sources you use when seeking health tourism services:*

*1 — Strongly Disagree*

*2 — Disagree*

*3 — Neutral*

*4 — Agree*

*5 — Strongly Agree*

2.1. Costumo utilizar as redes sociais (ex: Facebook, Instagram). / *I usually use social media (e.g., Facebook, Instagram).*

2.2. Costumo consultar plataformas oficiais de turismo de saúde e bem-estar. / *I usually consult official health and wellness tourism platforms.*

2.3. Costumo consultar websites de hospitais e clínicas especializadas em Portugal. / *I usually consult websites of hospitals and specialized clinics in Portugal.*

2.4. Costumo seguir recomendações de amigos, familiares ou conhecidos. / *I usually follow recommendations from friends, family, or acquaintances.*

2.5. Costumo recorrer a agências de viagem especializadas. / *I usually use specialized travel agencies.*

2.6. Costumo consultar publicações especializadas. / *I usually consult specialized publications.*

2.7. Costumo participar em fóruns online sobre saúde. / *I usually participate in online health forums.*

2.8. Costumo recorrer a embaixadas ou consulados portugueses. / *I usually contact Portuguese embassies or consulates.*

2.9. Costumo seguir blogs ou apps focados em turismo de saúde. / *I usually follow blogs or apps focused on health tourism.*

### **Secção 3: Importância dos Serviços / Section 3: Service Importance**

*Português*

Na sua opinião, classifique de 1 a 5, a importância dos serviços associados aos procedimentos médicos:

1 — Sem importância

2 — Pouco importante

3 — Neutro

4 — Importante

5 — Muito importante

*English*

*In your opinion, rate the importance of the following services associated with medical procedures from 1 to 5:*

*1 — Not Important*

*2 — Slightly Important*

*3 — Neutral*

*4 — Important*

*5 — Very Important*

3.1. Disponibilização de informações claras e detalhadas sobre os procedimentos médicos oferecidos. / *Clear and detailed information about medical procedures provided.*

3.2. Comunicação em língua estrangeira com profissionais de saúde. / *Communication in a foreign language with health professionals.*

- 3.3. Acesso a consultas prévias online ou virtuais com profissionais médicos. / *Access to prior online or virtual consultations with medical professionals.*
- 3.4. Assistência na organização de viagens e alojamento para o período de tratamento. / *Assistance in organizing travel and accommodation for the treatment period.*
- 3.5. Disponibilidade de pacotes de tratamento que incluam serviços de turismo e lazer. / *Availability of treatment packages that include tourism and leisure services.*
- 3.6. Acesso a serviços pós-tratamento e acompanhamento médico. / *Access to post-treatment services and medical follow-up.*
- 3.7. Transparência e detalhe dos custos associados ao tratamento. / *Transparency and detail of treatment-related costs.*
- 3.8. Suporte para necessidades dietéticas ou outras, durante a estadia. / *Support for dietary or other needs during the stay.*
- 3.9. Facilidade para pessoas com mobilidade reduzida. / *Facilities for people with reduced mobility.*
- 3.10. Assistência na obtenção de vistos, se necessário. / *Assistance in obtaining visas, if necessary.*
- 3.11. Programas de bem-estar e recuperação pós-tratamento. / *Wellness and post-treatment recovery programs.*
- 3.12. Opções de transporte para deslocações entre o alojamento e o local de tratamento. / *Transportation options for travel between accommodation and treatment site.*
- 3.13. Avaliações e testemunhos de pacientes anteriores. / *Reviews and testimonials from previous patients.*
- 3.14. Possibilidade de avaliar online os serviços prestados. / *Possibility to review services online.*
- 3.15. Segurança e privacidade dos dados do paciente. / *Security and privacy of patient data.*
- 3.16. Apoio a emergências médicas se necessário. / *Support for medical emergencies, if needed.*