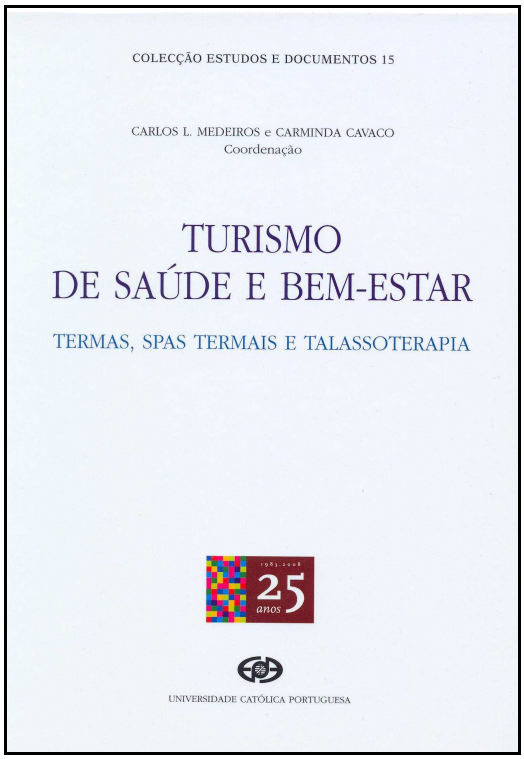
CENTRO DE ESTUDOS DOS POVOS E CULTURAS DE EXPRESSÃO PORTUGUESA



Turismo de Saúde e Bem-Estar. Termas, Spas Termais e Talassoterapia,

Carlos Laranjo Medeiros, Carminda Cavaco (eds.)

Lisboa, 2008, 294 p.
(Estudos e Documentos, 15),
ISBN 978-972-9045-24-0

PREÂMBULO

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO

PARTE I – TURISMO(S) DE SAÚDE E BEM-ESTAR

Capítulo I. Do termalismo ao turismo de saúde e bem-estar

1. TERMALISMO E TURISMO DE SAÚDE
    1.1. Saúde pela água (SPA), uma tradição milenária
    1.2. O apagar do prestígio do termalismo face a outros turismos
    1.3. Termalismo ou turismo de saúde?
    1.4. Turismo de saúde, uma procura em expansão?
2. TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR, UM PRODUTO AINDA JOVEM
    2.1. O conceito de turismo de saúde e bem-estar adoptado no presente estudo

2.2. Turismo de saúde e bem-estar em estudos recentes
2.3. Turismo de saúde e bem-estar nalguns documentos oficiais
2.4. Turismo de saúde e bem-estar para a OMT
2.5. Novas formas de turismo de saúde e bem-estar de âmbito internacional
2.6. Turismo de saúde e bem-estar, um conceito com contornos permeáveis e instáveis
2.7. As termas como produto de turismo de saúde e bem-estar
2.8. As talassoterapias como produto de turismo de saúde e bem-estar

3. REINVENÇÃO REPETIDA DAS PRÁTICAS DE TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR
3.1. Ofertas complexas no mundo ocidental
3.2. Ofertas complexas no Próximo e no Extremo Oriente
3.3. Novas reinvenções na viragem do Milénio?
3.4. Uma sofisticação quase sem limites na oferta internacional
3.4.1. A sofisticação da oferta nos EUA, Canadá, Austrália e Japão
3.4.2. A sofisticação da oferta termal na Europa
3.4.3. A sofisticação da oferta de talassoterapia na Europa
3.5. Saúde e bem-estar na procura turística futura

Capítulo II. Os ensinamentos da experiência francesa em matéria de turismo de saúde e bem-estar

1. OS ENSINAMENTOS DA EXPERIÊNCIA TERMAL
1.1. Uma posição destacada no termalismo europeu
1.2. Um universo social envelhecido e nacional
1.3. Fragilidades persistentes do turismo de saúde termal
1.4. Credibilidade científica do turismo de saúde termal
1.5. Uma nova procura termal turística e «livre»
1.6. Estratégias de curto-médio prazo
2. OS ENSINAMENTOS DA EXPERIÊNCIA FRANCESA EM TALASSOTERAPIA

Capítulo III. Termalismo em Portugal: ciclos de vida que se repetem e se renovam

1. UMA HISTÓRIA LONGA E DESIGUAL

2. PROGRESSOS CIENTÍFICOS, VALORIZAÇÃO DA HIDROTERAPIA MÉDICA E DA MUDANÇA DE ARES

3. O TERMALISMO NOS FINAIS DO SÉCULO XIX

4. CRESCIMENTO E APOGEU DO TURISMO TERMAL

5. CREPÚSCULO DO TERMALISMO MODERNO

6. O TERMALISMO E O TURISMO DE SAÚDE NA POLÍTICA DEMOCRÁTICA DE TURISMO

7. DESENVOLVIMENTO DO TERMALISMO SOCIAL

8. TERMALISMO TERAPÊUTICO OU TURISMO DE SAÚDE TERMAL?

9. AS ESTÂNCIAS TERMAIS COMO ESTÂNCIAS TURÍSTICAS

9.1. Dinâmicas diferenciadas

9.2. Novas práticas e renovação dos lugares

9.3. Turismo de saúde e bem-estar, componente de produtos turísticos locais e regionais

PARTE II – TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR EM PORTUGAL

Capítulo I. Caracterização da oferta

1. DEFINIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DA OFERTA E EVOLUÇÃO QUALITATIVA

1.1. Enquadramento internacional

2. IDENTIFICAÇÃO DAS ESTRUTURAS DE TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR

3. CARACTERIZAÇÃO DAS ESTRUTURAS DE SAÚDE E BEM-ESTAR

3.1. Produtos e serviços disponíveis nos estabelecimentos de turismo de saúde e bem-estar.

3.2. Caracterização das águas dos estabelecimentos termais

4. INDICADORES ECONÓMICO-FINANCEIROS DA ACTIVIDADE DE TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR: A ANÁLISE POSSÍVEL

Capítulo II. Caracterização da procura

1. DEFINIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DA PROCURA E PERFIL DO UTILIZADOR
    1.1. Intensidade da procura no contexto europeu
2. DIMENSÃO DO MERCADO
    2.1. Mercado actual
    2.2. Dinâmica do mercado: evolução do número de clientes
    2.3. Dinâmica do mercado: evolução da receita média por cliente
    2.4. Mercado potencial
3. PERFIL DO CLIENTE
    3.1. Perfil do cliente de termalismo clássico
    3.2. Perfil do cliente de termalismo de bem-estar
    3.3. Perfil do cliente de talassoterapia
    3.4. Perfil do cliente subjacente à quantificação do mercado potencial

Capítulo III. Impacte dos factores intangíveis na competitividade e rentabilidade dos estabelecimentos de saúde e bem-estar: estudos de caso

1. O QUE SE ENTENDE POR FACTORES INTANGÍVEIS
2. RELEVÂNCIA DOS FACTORES INTANGÍVEIS NO TURISMO
    2.1. O caso específico do turismo de saúde e bem-estar
3.IMPACTE DOS FACTORES INTANGÍVEIS
    3.1. S. Pedro do Sul
    3.2. Monfortinho

Capítulo IV. Estratégias públicas e privadas na gestão dos estabelecimentos de saúde e bem-estar

1. ENQUADRAMENTO
2. ESTRATÉGIAS PÚBLICAS
    2.1. Termalismo e criação de lugares
    2.2. Diversidade dos impactes do termalismo no desenvolvimento dos lugares
    2.3. Investimentos autárquicos na modernização termal
    2.4. Concessionários e empresas gestoras municipais

2.5. Renovação da tradição mas tímida diversificação da oferta nas estâncias de base autárquica
3. ESTRATÉGIAS PRIVADAS

Capítulo V. Impacte da actividade termal na economia da região: os casos de S. Pedro do Sul e Monfortinho
1. INTRODUÇÃO
2. CONSIDERAÇÕES METO DO LÓGICAS
3. RESULTADOS
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

PARTE III: ESTRATÉGIAS DE FUTURO
Capítulo I. Enquadramento

Capítulo II. Caminhos de desenvolvimento
1. OFERTA INTEGRADA: O PRODUTO COMPÓSITO
2. QUALIFICAÇÃO E SOFISTICAÇÃO, DIVERSIFICAÇÃO E PROMOÇÃO DA OFERTA
3. MARCA «TURISMO DA SAÚDE E BEM-ESTAR»

ANEXO. Uma carta de boas práticas em matéria de Qualidade, Ambiente e Segurança
1. CONCEITOS BÁSICOS DE QUALIDADE
    1.1. Qualidade e Gestão da Qualidade
    1.2. Princípios de Gestão da Qualidade
    1.3. Da Gestão da Qualidade à Gestão pela Qualidade Total
2. INTEGRAÇÃO DE SISTEMAS
    2.1. Visão estratégica: modelo de Kaplan/Norton - Balanced Score Card (BSC)
    2.2. Da Visão Estratégica à Abordagem por Processos
    2.3. Dos Processos ao desdobramento de objectivos
3. SISTEMA INTEGRADO DA QUALIDADE, AMBIENTE E SEGURANÇA

4. UMA CARTA DA GESTÃO INTEGRADA: QUALIDADE, AMBIENTE E SEGURANÇA

4.1. Das entidades públicas

4.2. Das empresas

4.3. Dos Destinos Turísticos de Saúde e Bem-Estar

4.4. Carta da Qualidade, Ambiente e Segurança

5. PLANO DE ACÇÃO – LINHAS DE ORIENTAÇÃO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA CARTA DE GESTÃO INTEGRADA DA QUALIDADE, AMBIENTE E SEGURANÇA

5.1. Objectivos do Plano de Acção

5.2. Âmbito do Plano de Acção

5.3. Abordagem por Módulos

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS