



Rita Palhota Lopes

# Motivações e Práticas dos aquistas das Termas de Unhais da Serra

Relatório de estágio de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento,  
orientado pelo Doutor Paulo Nuno Nossa, apresentada à Faculdade de Letras da  
Universidade de Coimbra

2016



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



Faculdade de Letras

# Motivações e Práticas dos aquistas das Termas de Unhais da Serra

**Ficha Técnica:**

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Relatório de estágio</b>
<b>Título</b>	<b>Motivações e Práticas dos aquistas das Termas de Unhais da Serra</b>
<b>Autor/a</b>	<b>Rita Palhota Lopes</b>
<b>Orientador/a</b>	<b>Paulo Nuno Nossa</b>
<b>Júri</b>	<b>Presidente: Doutora Claudete Moreira</b>
	<b>Vogais:</b>
	<b>1. Doutor Norberto dos Santos</b>
	<b>2. Doutor Paulo Nossa</b>
<b>Identificação do Curso</b>	<b>2º Ciclo em Lazer, Património e Desenvolvimento</b>
<b>Área científica</b>	<b>Turismo</b>
<b>Data da defesa</b>	<b>8-7-2016</b>
<b>Classificação</b>	<b>14 valores</b>



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



# **Motivações e práticas dos aquistas das termas de Unhais da Serra**

Relatório de estágio

*The will to win, the desire to succeed, the urge to reach your full potential, these are the keys that will unlock the door to personal excellence.*

– Confúcio



## Agradecimento

A realização de um trabalho final de ciclo, seja de que grau for, acarreta sempre consigo uma responsabilidade redobrada, algum *stress*, sentimentos de nostalgia, mas sobretudo uma grande ansiedade para que, uma vez concluído, se possa abrir as asas, que até então estavam a ser instruídas para levantar voo, e voar ao encontro daquilo que motivou todo o trabalho que fica para trás.

Desde que iniciei este 2º.Ciclo em Lazer, Património e Desenvolvimento, em setembro de 2014, comecei a motivar-me e a ambicionar com mais garra o futuro.

Deste modo, em primeiro lugar, quero agradecer a todos os professores que fizeram parte do meu currículo académico na Faculdade de Letras; não tornando o caminho fácil, ajudaram-me a perceber aquilo que realmente queria.

Em segundo, ao meu professor e orientador deste relatório de estágio, Prof. Doutor Paulo Nossa, agradeço todo o apoio, disponibilidade e ajuda que me deu na elaboração deste trabalho, bem como toda a paciência que teve para comigo.

Tenho também de agradecer ao H2otel, especialmente à Diretora, Ana Rita Silva, por me ter concedido o estágio curricular que tanto ambicionei e, assim, me ter proporcionado uma experiência única; às minhas colegas de receção do *Aquadome* e a todo o restante *staff* que sempre me tratou e acolheu bem.

Agradeço ao Professor José Marques por me ter ajudado na elaboração deste relatório, nomeadamente na parte de análise estatística do inquérito.

Agradeço, ainda, à minha madrinha de curso, Soraia Sousa, que me acompanhou desde o primeiro dia nesta jornada que foi a Universidade de Coimbra, e à minha amiga Catarina Sousa, com quem vivi estes dois inesquecíveis anos de mestrado, tendo inclusive partilhado parte do meu estágio curricular.

E por fim, à pessoa mais importante da minha vida, a minha mãe, que tornou tudo isto possível, agradeço do fundo do coração todo o investimento na minha educação deixando-me ser sempre livre nas minhas escolhas, apoiando-me e ensinando-me a querer sempre voar mais alto.

Muito obrigada a todos!



## Resumo

O presente relatório tem por objetivo a análise do perfil de cliente termalista que frequenta o balneário termal *Aquadome* – termas de Unhais da Serra. Toda a análise e apreciação deste relatório são resultado de um estágio curricular feito no hotel *H2otel Congress & Medical Spa*, no espaço *Aquadome* durante três meses. Deste modo, neste trabalho analisa-se o perfil do cliente termalista, procurando assim conhecer quais os aspetos importantes a ter em conta na hora da escolha da unidade termal a frequentar, quer seja para fins terapêuticos, quer para lazer.

O turismo de saúde é atualmente um dos tipos de turismo emergente e com maior aposta a nível nacional e internacional devido à associação do lazer com o bem-estar. É sobretudo procurado por turistas com altos cargos profissionais, os quais não permitem uma vida longe de *stress* e com disponibilidade para práticas recorrentes de bem-estar físico e intelectual. Desta forma, os novos complexos hoteleiros que surgem são, cada vez mais, uma aposta ganha, principalmente com a esperança média de vida e com a importância da estética, interiorizada na sociedade atual nos últimos anos, sendo fundamental que os gestores hoteleiros se dediquem à oferta de produtos ligados à saúde e ao bem-estar para atrair o cliente nos seus pacotes turísticos de lazer.

Este estudo será feito mediante o recurso a inquéritos distribuídos a um número de clientes hospedados e independentes, mas termalistas, que frequentaram o *Aquadome* para compreender, então, o que diferencia esta unidade hoteleira, *H2otel Congress & Medical Spa*, das restantes, no momento da escolha final do destino a seguir, com base no perfil do cliente.

### Palavras-Chave:

Turismo de saúde; termalismo; *Aquadome*; motivações turísticas



## **Abstract**

This report aims to analyze the profile of the thermalist customer that attends the *Aquadome* thermal spa – in Unhais da Serra. All the analysis and considerations in this report are the result of an internship made at the hotel H2otel Congress & Medical Spa, in *Aquadome*, for three months. Thus, this article analyzes the thermalist customer profile, while seeking to find out the important aspects to take into consideration when choosing a thermal unit, whether for therapeutic purposes or for leisure.

Health tourism is currently an emerging industry and a great commitment at a national and international level, due to the association of pleasure with wellness. It is especially sought after by tourists with senior professional positions, which do not allow a lifestyle away from stress, who can afford recurrent practices of physical and intellectual well-being. This way, the new hotel complexes are increasingly a successful investment, especially due to increase in lifespan and to the growing importance of aesthetics in our society in recent years, which makes it essential for hoteliers to offer products related to health and well-being in their leisure tour packages, so as to attract customers.

This study will be carried out using data obtained from surveys answered by a number of hosted and independent spa customers, who have attended the *Aquadome*, so as to figure out what differentiates this hotel unit, H2otel Congress & Medical Spa, from others, when making the final choice of a destination, based on the customer profile.

### **Key words:**

Health Tourism; hydrotherapy; *Aquadome*; tourism motivation



# Índice

<b>Capítulo 1 – Introdução</b>	<b>1</b>
1.1 Objetivo e finalidade do estágio curricular	2
1.2 Metodologia da investigação	6
<b>Capítulo 2 – Enquadramento teórico – Turismo de saúde e Bem-estar</b>	<b>9</b>
2.1 Conceito de Turismo de Saúde	10
2.1.1 Conceito de <i>wellness &amp; spa</i>	13
2.2 Termalismo como segmento de Turismo de Saúde & <i>wellness</i>	16
<b>Capítulo 3 – Aquadome – The Mountain Spa – Termas de Unhais da Serra</b>	<b>27</b>
3.1 Conceito e missão do complexo hoteleiro H2otel <i>Congress &amp; Medical Spa</i>	28
3.2. <i>Aquadome, The Mountain Spa</i>	34
3.2.1 Serviços termais praticados no <i>Aquatermas</i>	43
<b>Capítulo 4 – Estudo sobre as motivações e práticas dos aquistas das Termas da Unhais da Serra</b>	<b>47</b>
4.1. Análise e apresentação dos resultados	48
4.2. Considerações finais: tendências futuras das vertentes Bem-Estar e Termalismo	66
<b>Capítulo 5 – Conclusão</b>	<b>69</b>
<b>Bibliografia e Webgrafia</b>	<b>71</b>
<b>Anexos</b>	<b>74</b>

## Índice de figuras

Figura 1 - Logótipo do grupo Natura IMB Hotels.	3
Figura 2 - Esquema dos serviços prestados na área <i>Aquadome</i> .	4
Figura 3 - Turismo de saúde como segmento do Turismo.	12
Figura 4 - Quais as principais motivações das viagens realizadas nos últimos 3 anos pelos turistas que visitam Portugal?	21
Figura 5 - Viagem para programas de termas.	22
Figura 6 - Caracterização sociodemográfica dos respondentes.	23
Figura 7 - Motivos para ter escolhido Portugal como destino.	23
Figura 8 - Grau de satisfação e correspondência com as expetativas.	24
Figura 9 - Intenção e motivação para voltar ao destino Portugal.	25
Figura 10 - Localização do concelho da Covilhã e vila de Unhais da Serra.	28
Figura 11 - Mapa da Rede Rodoviária Nacional.	29
Figura 12 - Localização do H2Otel no enquadramento de montanha.	30
Figura 13 - Vista do H2otel <i>Congress &amp; Medical Spa</i> .	31
Figura 14 - Mapa de roteiro do Parque Natural da Serra da Estrela.	33
Figura 15 - Direções à chegada do complexo hoteleiro.	34
Figura 16 - Entrada para o <i>Aquadome, the Mountain Spa</i> .	34
Figura 17 - Entrada para <i>Aquacorpus</i> .	36
Figura 18 - Vista para o ginásio e <i>Aqualudic</i> através da zona <i>Aquacorpus</i> .	37
Figura 19 - <i>Aqualudic</i> , piscina interior e vista para a zona exterior.	38
Figura 20 - Cascata de água da laguna pequena (jacuzzi) para laguna grande (piscina).	39
Figura 21 - Entrada para a zona do Circuito Celta.	40

Figura 22 - Zona do <i>hall</i> de entrada do <i>Aquatermas</i> .	41
Figura 23 - Piscina Termal.	41
Figura 24 - Distribuição da amostra por grupo etário.	49
Figura 25 - Número de clientes em Termalismo Clássico por grupo etário.	50
Figura 26 - Número de clientes estrangeiros nos estabelecimentos termais.	51
Figura 27 - É a primeira vez que procura uma estância termal?	53
Figura 28 - Motivação da procura nos estabelecimentos termais.	54
Figura 29 - Sazonalidade da procura de termas.	56
Figura 30 - Número de clientes e respetivo proveito médio em termalismo clássico.	65

## Índice de tabelas

Tabela 1 - Amostra segundo o sexo.	48
Tabela 2 - Amostra segundo as habilitações literárias.	50
Tabela 3 - Amostra segundo país de residência atual.	51
Tabela 4 - Amostra segundo concelho de residência atual.	52
Tabela 5 - Amostra segundo procura de cuidados termais.	53
Tabela 6 - Amostra segundo o principal motivo que originou a procura desta estância termal.	54
Tabela 7 - Amostra segundo a altura do ano mais conveniente fazer o tratamento termal.	55
Tabela 8 - Amostra segundo a importância atribuída aos motivos da escolha da estância termal.	56
Tabela 9 - Amostra segundo a importância atribuída aos motivos da escolha da estância termal.	57
Tabela 10 - Amostra segundo presença de amigos e/ou familiares em simultâneo na estância termal.	57
Tabela 11 - Amostra segundo tradição familiar relacionada com a frequência destas termas.	58
Tabela 12 - Amostra segundo motivo usufruir de repouso e tranquilidade.	58
Tabela 13 - Amostra segundo qualidade das instalações e equipa técnica.	58
Tabela 14 - Amostra segundo os dados referentes ao acompanhamento na prática de cura termal, aos tratamentos e aos serviços utilizados.	59
Tabela 15 - Amostra segundo a modalidade de alojamento escolhida durante a cura termal e da duração da estadia no H2otel.	60
Tabela 16 - Amostra segundo durante a sua estada junto da unidade termal, indique, por ordem de importância, como ocupa o seu tempo livre.	61
Tabela 17 - Amostra segundo a opinião relativamente à escolha desta estância termal.	63

Tabela 18 - Amostra segundo o custo total que estima gastar com a sua estada nesta estância termal.	63
Tabela 19 - Amostra segundo os custos dos tratamentos termais e/ou a sua estada são compartilhados por alguma entidade pública ou privada.	64
Tabela 20 - Amostra segundo a percentagem estimada desta participação (%).	64



## **Capítulo 1 – Introdução**

## 1.1 Objetivo e finalidade do estágio curricular

O presente relatório de estágio visa apresentar o trabalho desenvolvido no período de realização do estágio curricular, no âmbito do segundo ano do ciclo de mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, realizado na unidade hoteleira H2otel *Congress & Medical Spa*, nomeadamente no espaço *Aquadome*, um espaço integrado 100% *wellness*, pelo período de três meses, de agosto a outubro de 2015.

Considerado um hotel de montanha, por se situar na zona montanhosa da Serra da Estrela e por ser associado à saúde e ao bem-estar, agregando um centro lúdico e uma área termal, o H2otel torna-se assim, o primeiro hotel *Mountain Spa* de Portugal. Este conceito de *Mountain Spa* é mais do que um serviço, é um lugar de tranquilidade, de cura, de relaxamento, tirando proveito da paisagem de montanha usada como ferramenta para melhorar os comportamentos *anti-stress*.

O H2otel *Congress & Medical Spa* é um dos hotéis de excelência em Portugal no que diz respeito ao conceito de *wellness & spa*, procurando satisfazer as necessidades do cliente não só a nível de lazer, bem como ao nível de serviços de turismo médico, nomeadamente através de uma oferta termal, uma vez que o hotel é concessionário do antigo balneário termal de Unhais da Serra, em tempos muito conhecido pelas suas águas sulfurosas com indicações específicas para as patologias de foro respiratório, reumatológico, traumatologia e aparelho circulatório.

Atualmente, pertence ao grupo Natura IMB Hotels (Imobiliária Manuel Brancal) que é o maior grupo hoteleiro da região da Serra da Estrela, com antecedentes na indústria têxtil, tendo decidido apostar no turismo, há vinte e cinco anos, começando por criar o Clube de Campo da Covilhã, adquirindo posteriormente o Covilhã Parque Hotel, e mais tarde, o Hotel Turismo da Covilhã, o Hotel Vanguarda e o Hotel Lusitânia, ambos situados na Guarda. Contudo, a aposta mais significativa foi concretizada há oito anos quando, ambiciosos, apostaram no turismo de saúde numa altura em que esta vertente ainda não era muito explorada e a oferta/procura em Portugal era escassa, construindo, assim, de raiz<sup>1</sup>, o H2otel *Congress & Medical Spa*, que do conjunto de unidades hoteleiras do grupo é o que tem maior destaque e apresenta os melhores resultados de satisfação na ótica do utilizador.

“Consideramos que o turismo associado à saúde é uma aposta de futuro e onde nos queremos posicionar, porque consideramos que em zonas não urbanas é muito difícil

---

<sup>1</sup> Projeto com a assinatura do arquiteto Jorge Palma.

viabilizar uma oferta que não passe por um produto temático, seja na área que for”, justificou Luís Veiga, administrador executivo da Natura IMB Hotéis, ao Diário Económico em 2009, acrescentando que: “neste momento a área da saúde é a que tem menos risco, desde que bem planeada”.

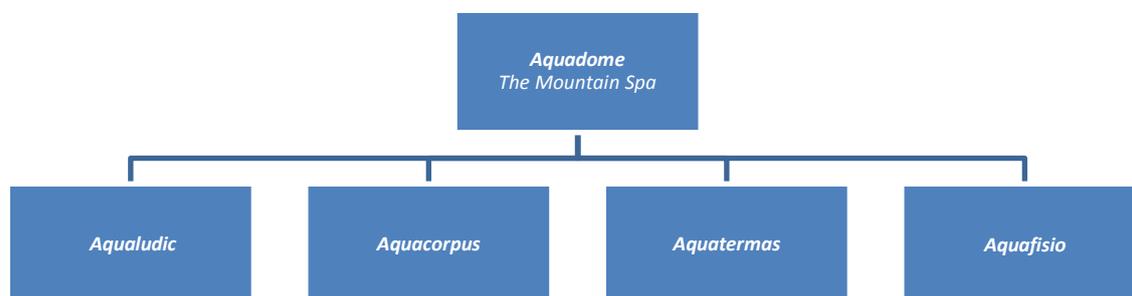
Com este novo desafio, a imagem do grupo Natura IMB pretende estender-se a todas as unidades hoteleiras do grupo, refletindo a aposta da cadeia numa maior interação com o Parque Natural da Serra da Estrela e na defesa do meio ambiente. Deste modo, a imagem é caracterizada por cores sóbrias entre castanho e dourado e o logótipo é a figura de um lobo. Relativamente a esta imagem de marca, Luís Veiga explica: “é uma figura que vive no nosso imaginário da serra, um animal que é símbolo de força, liderança e domínio territorial, valores que queremos transpor para o grupo.”



**Figura 1** - Logótipo do grupo Natura IMB Hotels.

Fonte: autora

Integrado em perfeita harmonia com a natureza, também pelo seu desenho arquitetónico e enquadramento paisagístico, permite aos seus hóspedes um desfrute total dos serviços oferecidos, tendo a água e/ou o enquadramento natural como referência. Este complexo é procurado durante todo o ano, sobretudo por clientes que procuram tranquilidade, calma e fuga ao *stress*, dispensando tempo para tratar de si, recorrendo, para isso, ao espaço *Aquadome*, onde as ofertas vão desde as cabines termais do *Aquatermas*, às massagens de relaxamento do *SPA* do *Aquacorpus*.



**Figura 2** - Esquema dos serviços prestados na área *Aquadome*.

Fonte: elaboração própria

Esta unidade hoteleira opera maioritariamente um processo de publicitação dos serviços de hotelaria e de *Medical Spa* utilizando, para além da comunicação digital, ao nível das redes informáticas/sociais, do testemunho de satisfação emitido por cada cliente, num processo de difusão, “boca em boca”, transformando o cliente num agente de promoção após a estadia, que divulga a unidade hoteleira como sendo um “paraíso”. Esta forma de promoção/divulgação tem como fim a oportunidade de poder continuar a ser um hotel de excelência, reconhecido na arte de bem receber e de responder de forma positiva ao serviço turístico pedido.

O estágio curricular decorreu entre agosto e outubro de 2015, num total de três meses, realizado em regime integral, tendo esta oportunidade surgido por autoproposta e sido aceite após triagem dos Recursos Humanos da unidade hoteleira.

Durante o período de formação, desempenhei funções de rececionista na área de *SPA*, no *Aquadome*, espaço direcionado para o *wellness & spa* e termas. Uma vez aqui, permaneci em contacto direto com o cliente estando ao seu total dispor para dar informações, responder a alguma questão e/ou dúvida relativamente ao vasto leque de tratamentos oferecidos:

- Venda direta de produtos essenciais para a utilização das piscinas lúdicas (*Aqualudic*);
- Tratamentos de spa/termas;
- Marcação de consultas para a realização dos tratamentos termais;
- Marcação de reservas para frequentar as piscinas;

- Realização de algumas visitas guiadas ao balneário termal (pretende-se que o hóspede conheça o espaço termal, sendo para isso essencial informar o cliente sobre a finalidade de cada cabine, explicar como é feito cada tratamento e qual o seu fim terapêutico).

Desta forma, reuni as condições necessárias para conhecer o funcionamento do termalismo quando integrado numa estrutura hoteleira e, ao estar em contacto com o público-alvo, apreendi e compreendi como são realizados os processos para as práticas de tratamentos termais.

Todos estes fatores, juntamente com o gosto de querer ser útil ao cliente, dimensão organizacional enfatizada durante o processo formativo, foram cruciais para o meu desempenho ao longo dos três meses de estágio no H2otel, especificamente no centro *Aquadome*, para além de terem sido igualmente fundamentais para poder desenvolver e realizar este trabalho final.

## 1.2 Metodologia da investigação

Este relatório pretende compreender o perfil do cliente termalista clássico, que procura as termas de Unhais da Serra, quer de uma forma autónoma e independente da unidade hoteleira, quer por via do seu acesso enquanto hóspede. Neste contexto, revelou-se pertinente conhecer o perfil sociodemográfico dos utilizadores, bem como as suas preferências, centrando-se também nos motivos que os levam a escolher a unidade termal de Unhais da Serra, assim como a decisão de hospedagem no H2otel, ou se se limitam a utilizar o balneário termal ainda que, para tal, contando apenas com a informação colhida de forma direta entre os meses de setembro e outubro, limitação imposta por questões de organização interna.

Ao longo deste trabalho irei abordar o tema *turismo de saúde*, estudando o seu conceito, e compreender o processo de evolução do termalismo, prática ancestral, até ao que atualmente se apelida de *turismo de saúde & wellness*, tendo como exemplo base a unidade termal do complexo hoteleiro H2otel, procurando perceber quais as razões presentes do lado da procura.

O relatório foi dividido em três partes. Na primeira parte, de enquadramento teórico, abordarei o tema turismo de saúde e farei uma breve análise da forma como o termalismo evoluiu ao longo dos séculos podendo, atualmente, ser associado ao turismo de lazer e bem-estar. Tendo como apoio bibliográfico artigos e textos relacionados com o conceito, apreenderei informação necessária para desenvolver o meu trabalho.

Na segunda parte, farei uma apresentação do hotel onde desenvolvi o meu estágio curricular, definindo o seu conceito e objetivo a nível nacional, como funciona e quais as ofertas que proporciona ao seu hóspede. Para responder a estes aspetos, terei como base uma entrevista feita à atual Diretora do H2otel *Congress & Medical Spa*, Ana Rita Silva.

Na terceira e última fase do relatório, serão apresentados os resultados obtidos através da realização de inquéritos, relativos ao perfil do cliente termalista e as suas práticas e motivações relacionadas com as termas de Unhais da Serra. Este inquérito incidirá em clientes residentes em Portugal e no estrangeiro que frequentaram as termas entre setembro e outubro de 2015, quer estando hospedados no hotel, quer como clientes externos que se deslocam à unidade termal apenas no horário do tratamento. Para além dos inquéritos, terei também como suporte ao meu estudo de caso, a minha experiência profissional decorrida no período de

estágio como observadora direta<sup>2</sup>. Neste sentido, basear-me-ei em todos os indicadores pertinentes que, enquanto estagiária, tive possibilidade de observar e de reter.

Desta forma, terei reunido todas as condições para, então, ser possível caracterizar o perfil do cliente que utiliza o *Aquadome* e perceber qual a influência que o hotel e as suas infraestruturas exercem sobre o cliente na hora de escolher o local para fazer termas.

---

<sup>2</sup> Depreende-se por observação direta, aquela em que o próprio investigador procede diretamente à recolha das informações, sem se dirigir aos sujeitos interessados, apelando ao seu sentido de observação (Quivy, 2005).



## **Capítulo 2 – Enquadramento teórico – Turismo de saúde e Bem-estar**

## 2.1 Conceito de Turismo de Saúde

O primeiro conceito utilizado para abarcar as atividades desenvolvidas com vista a proporcionar cura e bem-estar com a utilização de recursos naturais e que implicam uma deslocação foi a de “turismo de saúde”.

O turismo de saúde é um fenómeno e um ramo de negócio que têm uma base fundamental comum: a saúde e o bem-estar físico e mental. Como conceito aglutinador destas atividades, vários autores designam-no por *turismo de saúde*.

É em 1972 que surge a primeira tentativa de definir turismo de saúde por iniciativa da, na altura, União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo, atual Organização Mundial de Turismo (OMT), como sendo “a utilização de equipamentos sanitários que façam uso de recursos naturais, climáticos e termais em particular”. Embora esta definição realçasse também a importância dos fatores psicológicos, excluía aquilo que não fosse curativo e não fizesse parte dos recursos naturais.

Durante muitos anos, os conceitos para designar e identificar as atividades relacionadas com tratamentos de recursos naturais localizados em infraestruturas adequadas a esse fim não eram contestados e estavam bem cimentados: termalismo, talassoterapia e climatismo (Licínio Cunha, 2006). No entanto, embora estivessem localizados em destinos turísticos, estas atividades não eram consideradas como tal e os seus utilizadores tão pouco eram vistos como turistas. Todavia, em 1981, a Organização Mundial do Turismo elaborou um estudo em que concluiu que pela necessidade de uma política de produtos adaptados ao turismo moderno em que a saúde constituía a motivação principal, se devia passar a considerar programas de turismo de saúde que num destino turístico permitissem aos turistas elevar o seu nível de saúde e prevenir os diferentes fatores de risco, especialmente aqueles ligados aos modos de vida das sociedades modernas. Assim, a OMT passa a compreender os locais onde se situam os recursos naturais como destinos turísticos, os seus utilizadores como turistas quer na cura quer como a prevenção, em sentido amplo.

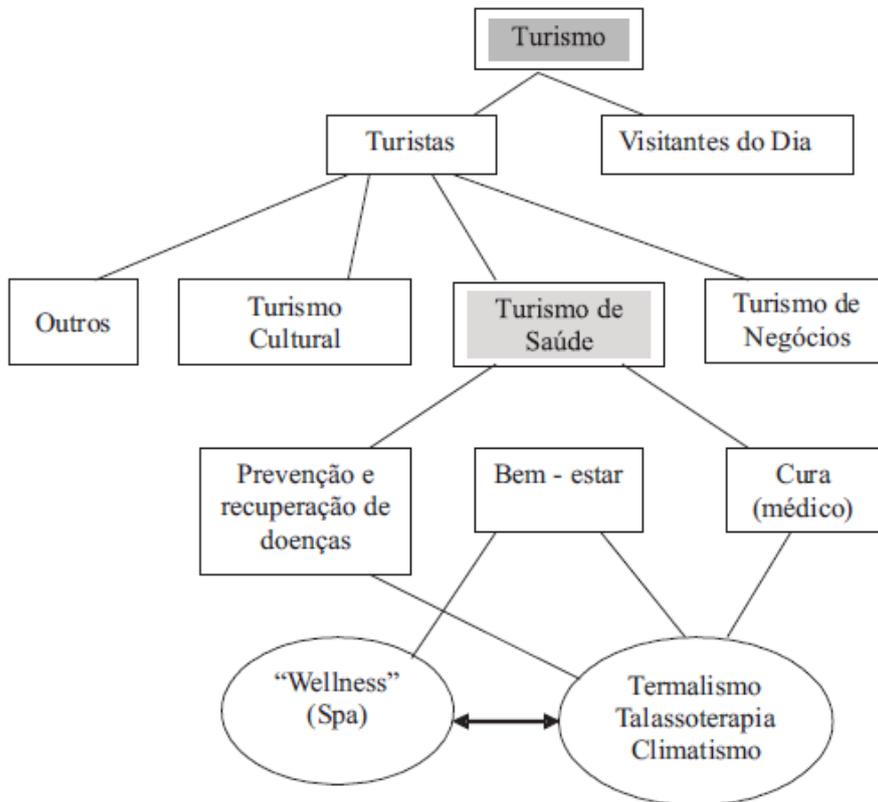
Existem, ainda, alguns países europeus com uma corrente conservadora forte que recusam identificar termalismo como turismo de saúde, alegando que este último é o conjunto de produtos que têm a saúde como fator de atração e por fim a melhoria de um estado psicológico ou corporal que não justifica um tratamento médico químico ou termal (Blanchet, citado por L. Cunha, 2006). Enquanto o termalismo se desenvolveu, fundamentalmente, por questões terapêuticas, uma vez que os utilizadores das termas são doentes que necessitam de uma cura - esta, vista como uma coisa séria, com rigor e da qual é sujeita a regras -, o turismo,

de modo geral, surgiu e desenvolveu-se como forma de recreio e satisfação da curiosidade e atividade lúdica da qual estava ausente qualquer sentido de obrigação (L. Cunha, 2006). Contrariamente ao conceito tradicional de tratamento e cura, o turismo é visto como liberdade e diversão. Deste modo, conclui-se que para os tradicionalistas o termalismo tem de excluir-se do turismo de saúde e os seus utilizadores não se denominam de turistas. Para aqueles, o turismo de saúde não é mais do que a tentativa por parte de um destino de atrair turistas, promovendo, para isso, deliberadamente os seus serviços de cuidados de saúde juntamente com as atrações turísticas normais.

Essencialmente, o que define e caracteriza o turismo é o conjunto de motivações que leva a uma deslocação temporária para locais que dispõem de certos atributos com capacidade de atração, onde quem se desloca desenvolve atividades não remuneradas (OMT). Assim, segundo o conceito definido pela OMT, todas as pessoas que se deslocam para locais com condições ou atributos que lhes proporcionam forma de melhorar o seu estado de saúde são turistas, bem como todas as atividades de que desfrutem são atividades turísticas. Neste seguimento, evoluiu-se para uma conceção mais moderna e abrangente onde todos os utilizadores de termas são potencialmente turistas e que as estâncias termais são destinos turísticos, tendo como motivo principal a saúde e como suporte os recursos naturais. Estas estâncias termais acabam por ser multifacetadas, o que requer cuidados especiais e faz com que estes destinos não só sejam postos em comparação no mercado a nível de oferta/procura por motivos de saúde, mas também devido aos equipamentos e serviços turísticos de que dispõem, proporcionando ao turista a melhoria do bem-estar físico ou mental.

A Organização Mundial do Turismo distingue turismo de saúde entre *medicalizado* e *não medicalizado*. O primeiro pratica-se em estâncias termais, centros de talassoterapia e estâncias turísticas sob vigilância e intervenção médica, sendo de realçar que a medicina convencional tem vindo a expandir-se aos contributos de outras formas de medicina alternativa; o segundo, *não medicalizado*, decorre em qualquer estância de turismo e permite a melhoria do estado de saúde através de ações de prevenção, como exercício físico, relaxamento, educação sanitária, passeios a pé ou de bicicleta. Nesta vertente, é comum a inclusão de medicinas ditas naturais, medicinas tradicionais e terapias espirituais (C. Cavaco, 2008). Citando João Lobo Antunes (2003), “Um dos aspetos mais intrigantes da cena médica contemporânea é o papel cada vez mais pujante das chamadas medicinas complementares ou alternativas. Estas são, numa definição simples, aquelas intervenções terapêuticas que não são geralmente ensinadas nas escolas médicas, nem tão-pouco adotadas nos hospitais. Esta definição vaga acolhe práticas com uma tradição milenar, como a medicina tradicional

chinesa ou *ayurvédica*, mas também a osteopatia, (...) acupunctura (...) algumas destas, como a acupunctura, a osteopatia (...) são de eficácia comprovada.”



**Figura 3** - Turismo de saúde como segmento do Turismo.

Fonte: Licínio Cunha (2006)

A inovação nos domínios das técnicas terapêuticas, a flexibilização dos atos médicos e o seu alargamento a atividades de carácter mais lúdico, juntamente com o aumento da prevenção e das preocupações com o corpo e bem-estar físico e mental, obrigaram a alterar radicalmente esta perspetiva de que o termalismo e turismo não se podem conectar (L. Cunha, 2006).

### 2.1.1 Conceito de *wellness & spa*

Alguns segmentos das sociedades modernas, nomeadamente o grupo dos *baby-boomer*, atingiu a plenitude das suas atividades profissionais com um conjunto de potencialidades e necessidades inerentes. Alcançaram-se níveis de vida e de bem-estar que nenhuma das gerações anteriores havia experimentado, mas ao enfrentar desequilíbrios e agressividades até então desconhecidos, fez nascer novas necessidades de ordem física, mental e psicológica. Os ritmos urbanos e laborais, juntamente com o domínio de uma “nova categoria de doenças” associadas a estilos de vida agressivos, originaram novas necessidades de reequilíbrio físico e psicológico. Até há relativamente poucos anos só começava a existir preocupação com o físico aquando de um problema de saúde, mas, atualmente, a preocupação antecipa-se com a prevenção, com o *stress* diário e com a importância dada ao equilíbrio psicológico e mental e também a aspetos hedonísticos cada vez mais instalados, difundidos e valorizados nas sociedades.

Estas novas condições de vida originaram uma mudança na conceção biomédica, valorizando, cada vez mais, atividades orientadas para a prevenção e recuperação física e bem-estar. Uma desenvolvem-se nos sítios destinados a esse fim para que se possa ter acompanhamento diário (centros urbanos), outras, em locais fora dos grandes aglomerados, de maneira a que se procure uma relação com o ambiente, com a natureza e com o clima. Em ambos os casos, são vários os motivos a que pretendem corresponder e algumas diferem acentuadamente de outras, mas aquelas que se podem considerar nucleares são comuns a todas as atividades referidas: saúde e bem-estar. (L. Cunha, 2006). As primeiras são de carácter recente, enfatizam o bem-estar e caracterizam-se por uma grande flexibilidade, para além de serem despreocupadas de obediências a princípios e regras, nem sujeição a recursos naturais, ao passo que o bem-estar enraíza um passado longínquo do qual retém elementos essenciais que lhes definem vocações específicas e desenvolvem-se em torno do ato médico. Desta forma, para distinguir umas atividades de outras, surgiu uma nova designação que procura abranger fenómenos e relações que derivam de um vasto conjunto de preocupações do ser humano com o seu corpo e com o estado de espírito que afetam as suas condições físicas ou de inserção no meio social: bem-estar (*wellbeing*).

O nascimento e a consolidação mais recente do conceito de bem-estar vai mais além de questões exclusivamente relacionadas com a ausência de doença e está agora indissolúvelmente ligado às condições de satisfação física. Outras dimensões valorizadas na dimensão de bem-estar têm que ver com a existência de trabalho ou rendimento; com a

habitação e a sua qualidade de vida; a realização pessoal; uma autoimagem positiva; a democratização do luxo e de conceitos que lhe estão associados, entre outros. Na sociedade atual, há no jogo diferencial das comparações um importante mecanismo para o indivíduo se qualificar, se denominar e se identificar em relação ao outro. Assim, verifica-se como este sentimento passa pela representação do corpo, do físico e do bem-estar. Surge, então, o termo *wellness*.

Da expressão inglesa proposta pelo Dr. Halbert Dunn<sup>3</sup> em 1961, resultante da combinação «*wellbeing*» (bem-estar) com a palavra «*fitness*» (aptidão física), resulta a palavra *Wellness* que se define como sendo o estado de equilíbrio do corpo, espírito e mente, alcançado através de cuidados de beleza, nutrição, do relaxamento e da atividade mental. Assim, compreendidas as atividades desenvolvidas pela *wellness*, estas procuram assegurar uma conceção holística para manter o corpo e a mente saudáveis, «*encarando o corpo como um todo e não como uma doença*» (citado por L. Cunha, Messereli, *et al.* 2004).

As atividades associadas ao *wellness*, ou que dela resultam, podem dirigir-se fundamentalmente aos residentes dos locais onde se desenvolvem ou aos não residentes. No caso dos residentes, a escolha da localização recai nos centros urbanos; nos não residentes, a escolha da localização recai em sítios que apresentem características geográficas, climáticas ou ambientais e paisagísticas favoráveis às condições da oferta e que aumentem o grau de atratividade. Neste caso, *wellness* é considerada uma atividade turística.

O despertar de um novo tipo de cliente, predisposto a novas experiências e carecido de soluções para problemas reais, em simultâneo com a flexibilidade e espírito de inovação que caracteriza as novas atividades, foi o que impulsionou um grande número de estabelecimentos a adotar a designação tradicional *Spa* e que seja recorrente a oferta de serviços direcionada para o bem-estar recorrendo frequentemente a esta designação.

Tradicionalmente, *Spa – Salus per aqua*, significa uma fonte de água mineral com propriedades terapêuticas importantes para o tratamento de certas doenças. A motivação dominante que lhe é subjacente é a cura ou recuperação de uma doença. Contudo, nos países não europeus, é desenvolvida afastada do estereótipo termal de cliente envelhecido e pouco exigente, ou do restabelecimento específico de uma determinada patologia, mas sim oferecendo práticas reconstrutivas e restauradoras em saúde. Segundo a ISPA (International SPA & Fitness Association), um *Spa* é um lugar dedicado ao bem-estar geral, através de uma

---

<sup>3</sup> [1896-1975] foi a figura principal no estabelecimento vital de estatísticas e é conhecido como o “pai” do movimento *wellness*.

variedade de serviços profissionais que incentivam a renovação do corpo, da mente e do espírito.

Atendendo a estes factos, é possível, então, dividir o conceito de *Spa* em *Spa* clássico, aquele que enfatiza o tratamento médico com recurso à água, e *Spa* moderno, aquele que alarga a sua imagem a funções multiformes que inclui massagens, tratamentos de beleza, técnicas de relaxamento, hidroterapia, termo ludismo, entre outros (Cunha, 2006).

Deste modo, assiste-se à apropriação de uma designação clássica, que de clássica tem pouco, pois proliferam ofertas sob a máxima *Salus per aqua*, como é o caso de «club spa», «day spa», «medical spa», «resort hotel spa», onde a qualidade e diversidade de serviços é bastante distinta, cujo objetivo não passa de estratégias de marketing.

Na área do turismo, o conceito *spa* alastrou-se à oferta hoteleira tradicional e requintada, que a utiliza hoje para diferenciar os seus serviços, como é o caso das cadeias mundialmente conhecidas *Hilton*, *Sheraton*, *Hyatt*, entre outras.

Concluindo, e de forma resumida, os princípios básicos para a definição de turismo de saúde e bem-estar são:

1. Recursos a terapias utilizando águas minero-naturais ou água do mar, nos lugares próprios para o efeito, sem utilização de recomposições, com os seus ambientes naturais e as suas condições climáticas, rurais, de montanha ou marítimas;
2. Existência de acompanhamento médico feito por profissionais de Ciências da Saúde;
3. Combinação com férias, mudança de ambiente, repouso, atividades de lazer e entretenimento.

Desta forma, o turismo de saúde e bem-estar abrange ofertas termiais e ofertas não termiais menos rígidas e mais curtas, com programas de tratamentos para o corpo e que ajudam a revitalizar a mente, promotores de estilos de vida mais saudáveis e associados a lazeres, algo a que as estâncias termiais já não ficam indiferentes, refugiando-se, assim, no purismo das suas terapias curativas e em tratamentos sujeitos a acompanhamento médico.

## 2.2 Termalismo como segmento de Turismo de Saúde & wellness

O termalismo, em Portugal, constitui o segmento mais representativo do turismo de saúde e bem-estar.

Entende-se por termas o local onde emergem uma ou mais águas minerais naturais adequadas à prática de termalismo<sup>4</sup>, e por termalismo<sup>5</sup>, entende-se o conjunto de práticas que têm como agente a água mineral natural e outros meios complementares cuja finalidade é a de prevenção, terapêutica, reabilitação ou bem-estar. Ocorre num estabelecimento balnear, usualmente designado por balneários ou termas.

A prática de cura termal é ancestral, permitindo-nos testemunhar o milenar do uso de águas termais e minerais para o banho e cuidados de saúde em todos os continentes.

Cura termal designa um período necessário para fazer um tratamento com água termal, que implica a permanência no local de existência das águas termais. Esta prática consiste na imersão e na ingestão da água termal com objetivo terapêutico: curar ou tratar uma doença e/ou um problema que, no presente tem uma duração recomendada 10 - 14 dias (Quintela, 2004).

No mundo ocidental não estava em causa apenas a funcionalidade terapêutica, a higiene ou a boa manutenção física. Às práticas termais sempre estiveram associadas o relaxamento, o prazer de algumas experiências como banhos e massagens, a beleza, a estética, a procura de harmonia entre o corpo e a alma, a cultura, o espetáculo e a representação social entre classes quando ainda era imaginável a massificação do turismo (Medeiros & Cavaco, 2008). Na Roma antiga, impunha-se a separação entre balneários públicos e balneários privados o que exprimia uma total discriminação social de usos e costumes, associando as termas a lugares de convívio, de discussões políticas e filosóficas, a lugares de cultura e afirmação pessoal. Algumas estâncias termais dispunham de bibliotecas, teatros, parques, estátuas e fontes, rodeando alguns espaços com muros com o objetivo de limitar o acesso à população. As termas existiam nas cidades e também nas pequenas aldeias, onde, para além da criação de hábitos de higiene, tomar banho era visto como um ato de diversão. Contudo, mais tarde, na idade média, o cristianismo veio considerar estes espaços de práticas termais como espaços de luxúria e de pecado, reprovando-os e ambicionando eliminá-los, mesmo com os balneários separados por géneros. Após o período medieval, a Igreja reformulou a sua

---

<sup>4</sup> Fonte: Manual de Boas Práticas, Associação das Termas de Portugal (ATP), 2009.

<sup>5</sup> Fonte: Manual de Boas Práticas, ATP, 2009.

posição e o clero passou a organizar peregrinações que levaram à reabertura dos estabelecimentos termais (Quintela, 2004). A partir deste momento passou-se a olhar para as termas apenas como prevenção e cura para a saúde, e associando-as, também, à religiosidade, passando, assim, a lugares de culto, através da cura/santificação que resultava das águas. “O uso das águas fica quase limitado a cuidados de saúde, a busca de curas, que a medicina da época não garantia de outro modo, para todas as classes e com separação de sexos, em alguns lugares termais, com recurso a albergues e hospitais e sob controlo da Igreja, através das paróquias, conventos e mosteiros e ordens religiosas, num misto de lugares de cura e lugares de culto” (Medeiros & Cavaco, 2008).

Até ao século XIX a ênfase desta prática terapêutica é dada à imersão, ou seja, aos “banhos”. Em meados do século XVIII, as termas e os “banhos” eram vistos como espaços sociais, de elevada riqueza arquitetónica, ambiental e cultural, cujo objetivo da deslocação era somente o culto e o prazer. Era mais importante marcar a presença e ser visto pelos outros, do que necessariamente ir para usufruir da terapia das águas<sup>6</sup>. Estas deslocações ficaram, então, associadas ao primeiro movimento turístico daquilo que atualmente se observa de viajar para ir ao encontro da cura e do prazer<sup>7</sup>, embora nesta altura apenas as elites fossem adeptas da prática termal. Como a estância termal maioritariamente ficava no campo, distante da cidade, os aquistas, termo por quem se designa a pessoa que faz tratamento termal, aproveitavam este motivo para gozarem as suas férias e partiam de suas casas por temporadas.

Em Portugal, segundo o autor Luiz de Acciaiuoli<sup>8</sup> (1952), o termalismo passou por seis fases. As primeiras quatro ocorreram antes da fundação da nacionalidade, ou seja, anteriores ao período pré-romano, lusitano-romano, pós-romano/luso-germânico e árabe, até ao século XII; a quinta fase compreende-se entre 1140, data da fundação do reino de Portugal, até 1891, período pré-legislação português e a sexta fase acontece em 1892, pós-legislação crenológica (estudo das águas minerais) até aos dias de hoje. Segundo o autor Claudino Ferreira (1994), esta legislação constitui um marco na história do termalismo português, uma vez que foi nessa data (1892) definida a legislação específica para a concessão das águas. Até ao final do século XIX, embora já fossem os médicos a prescrever quais os tratamentos a fazer, os espaços termais não estavam ainda sob alçada médica. O aparecimento dos

---

<sup>6</sup> Medeiros & Cavaco (2008).

<sup>7</sup> Armando Narciso (1944) qualifica esta deslocação como o primeiro movimento turístico da viagem da “cura e do prazer”.

<sup>8</sup> Engenheiro geólogo.

movimentos higienistas e as práticas corporais foram gradualmente controlados pela medicina e as águas pelo estado, aquando da publicação da “legislação específica que regulamentou a atividade dos concessionários e o exercício da medicina termal (C. Ferreira, 1994). Deste modo, em Portugal, com a apropriação simultânea das águas e do corpo pelo Estado e pela medicina, criaram-se condições favoráveis ao aparecimento de uma nova disciplina, a hidrologia<sup>9</sup> médica. Esta disciplina, de acordo com a história da medicina em Portugal, teve ao longo do século XX os seus períodos mais áureos e descendentes. Relativamente ao ciclo de vida do termalismo entre 1892 e 1992, o autor Claudino Ferreira identifica três períodos durante estes anos:

- O primeiro, de 1892 a 1930 é um período de ascendência do termalismo em Portugal, em que se dá o desenvolvimento da hidroterapia, a institucionalização e a organização da atividade termal e o desenvolvimento da componente turística das termas;
- O segundo período, compreendido entre 1930 e 1970, apresenta uma fase de declínio na articulação entre o lazer e a terapia, uma vez que surgem no mercado novos destinos turísticos, nomeadamente a praia, e a água termal como terapia é substituída pelo sol e pela água do mar;
- O terceiro período, de 1970 até 1992, é quando se dá a recuperação das práticas termais na sua vertente terapêutica pela classe mais popular.

Contudo, com a entrada em vigor do Decreto-Lei nº. 142/2004, de 11 de junho, que veio restabelecer novas regras no domínio de licenciamento dos Estabelecimentos Termais, da organização, do funcionamento e da fiscalização, houve uma ascensão das termas, nomeadamente a nível turístico, dirigido a um cliente diferente daquele que outrora usufruía do balneário termal, uma vez que um dos objetivos assumidos pelo turismo de saúde foi o de promover a saúde dos indivíduos, existindo, para isso, uma categoria específica em que se incluem as termas. Esta transformação deu também origem ao aparecimento dos *spas* e à afirmação do turismo de saúde em Portugal.

A afirmação do turismo de saúde em Portugal surge através das estâncias termais. Cabe a estas assegurar o crescimento e a valorização do mercado de termalismo, procurando, para isso, a modernização e adaptação às novas tendências, no sentido de se alcançar um grau de modernização elevado e homogéneo. Deste modo, surge uma rede de estâncias termais

---

<sup>9</sup> Entende-se por hidrologia o estudo geral das águas e das suas propriedades. In *Priberam*.

ou apresentações de produtos e viagens de incentivos. Existem duas tipologias de programas para este segmento:

- Uma primeira tipologia que envolve viagens de incentivo em que as empresas que enviam os seus quadros premeiam os seus clientes ou fornecedores para fazerem pausas na atividade profissional e recuperarem energia e equilíbrio;
- Uma segunda tipologia de programas de reuniões e eventos de empresas em que as organizações procuram ambientes diferentes e exclusivos, em ambiente protegido em contacto com a natureza para desenvolvimento de seminários, reuniões de sócios/acionistas, ações de formação *indoor* e *outdoor*, *team building*, *leadership development*, *problema solving*, *conflict management*, entre outros. O *corporate* serve, essencialmente, para combinar o acesso às práticas termais com infraestruturas e equipamentos para atividades de manutenção física, sauna e massagens (Termas Centro, 2013).

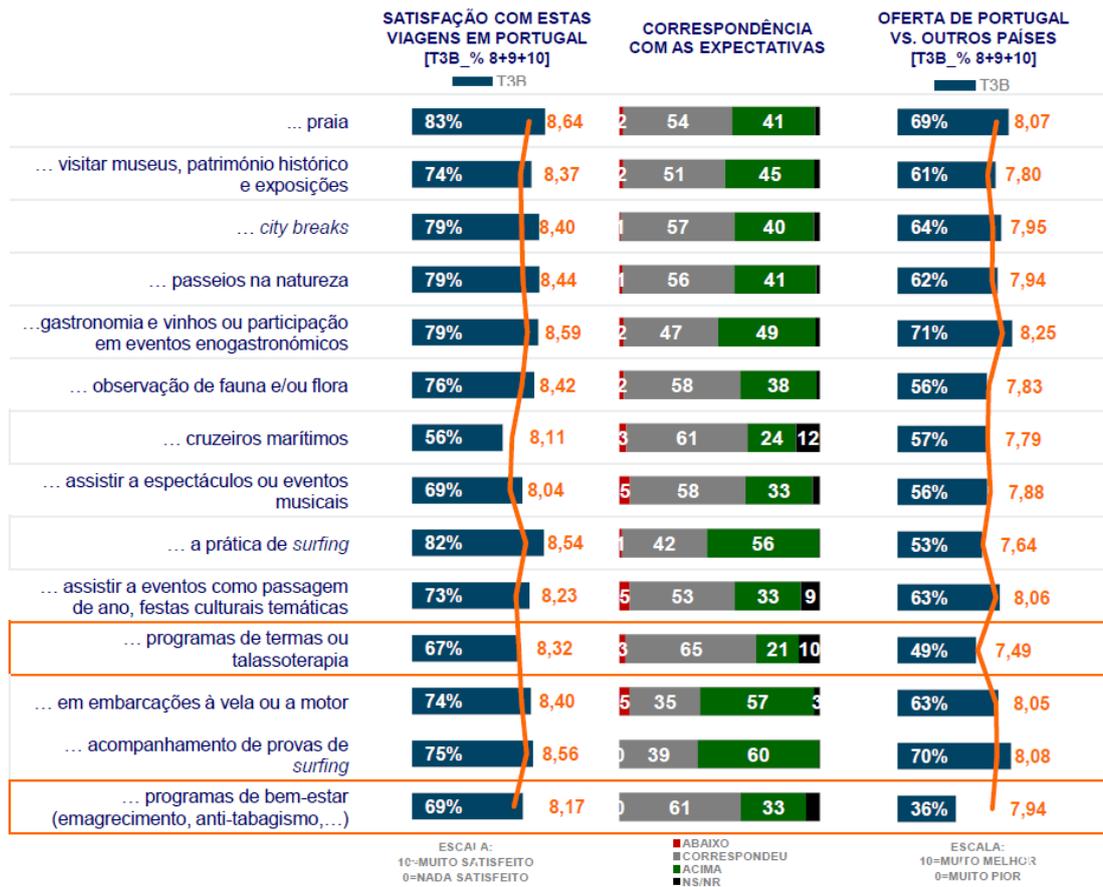
Ainda dentro deste tema *spa*, e aliando-o com as termas, o grupo *Global Media Group*<sup>10</sup>, em parceria com a *Intercampus*<sup>11</sup>, realizou no ano de 2014 um estudo de mercado junto de turistas que visitaram Portugal, com o objetivo de perceber a relevância que as viagens de saúde e bem-estar para Portugal têm no contexto da satisfação do turista estrangeiro. Os resultados obtidos mostram que a satisfação de turistas que realizaram em Portugal programas termais é de número elevado, bem como a satisfação demonstrada pelos serviços oferecidos em categorias de bem-estar. Este estudo foi realizado através de inquérito, pelo que os resultados dizem respeito apenas a uma pequena amostra de conveniência.

Observa-se que em comparação com os outros países, a oferta em Portugal de programas termais ou talassoterapia e programas de bem-estar é percebida pelos turistas, em média, como superior.

---

<sup>10</sup> Designação atual do antigo grupo *Controlinveste*. Grupo de *media* em Portugal com presença nos setores de imprensa, rádio e internet. In <https://ws.globalnoticias.pt/Pt/QuemSomos/Apresentacao.asp>.

<sup>11</sup> Recolha e tratamento de dados de estudos de mercado e opinião.



**Figura 4** - Quais as principais motivações das viagens realizadas nos últimos 3 anos pelos turistas que visitam Portugal?

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

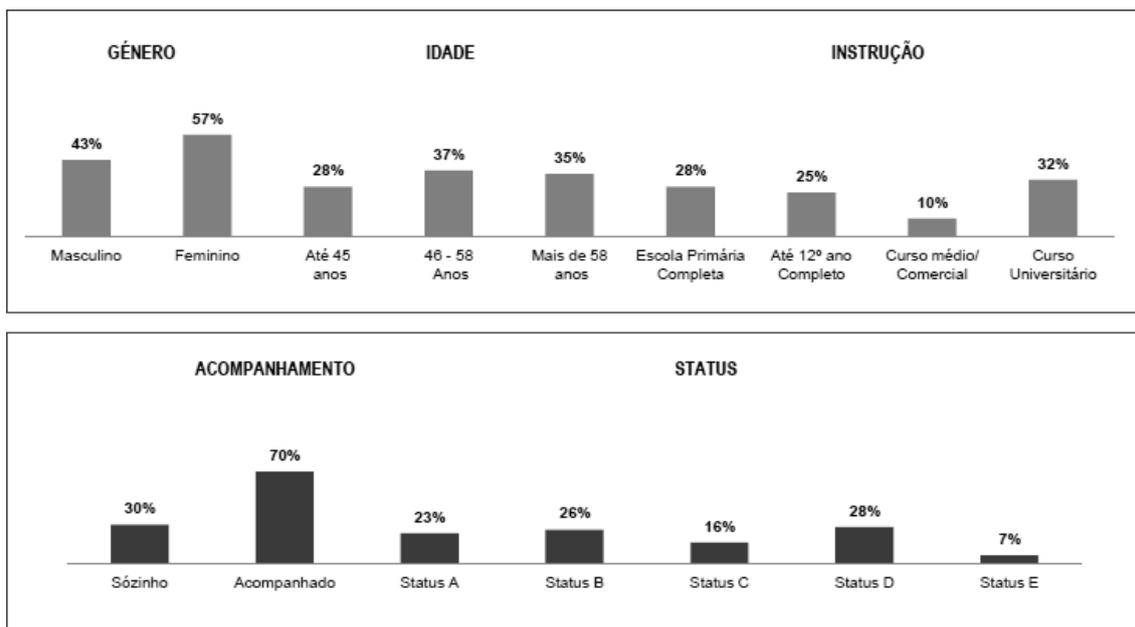
Por nacionalidade, são os turistas espanhóis e holandeses aqueles que representam um maior rácio Portugal, com 80% e 72% respetivamente, em viagem para fazerem programas de temas ou talassoterapia,

NOS ÚLTIMOS 3 ANOS JÁ REALIZOU VIAGENS DE/ PARA PROGRAMAS DE TERMAS OU TALASSOTERAPIA	Realizou		RATIO PORTUGAL Abaixo da média
	Realizou	Realizou em Portugal	
...Total	5%	3%	60%
Masculino	4%	3%	61%
Feminino	5%	3%	59%
Até 24 anos	3%	2%	44%
25-34 anos	4%	3%	67%
35-44 anos	6%	3%	55%
45-54 anos	3%	2%	62%
55 + anos	6%	4%	61%
Alemanha	7%	4%	57%
Espanha e Ilhas Canárias	2%	2%	80%
França	4%	3%	65%
Holanda	4%	3%	72%
Reino Unido	6%	3%	55%
Países Escandinavos	7%	4%	52%
Brasil	2%	1%	61%

**Figura 5** - Viagem para programas de termas.

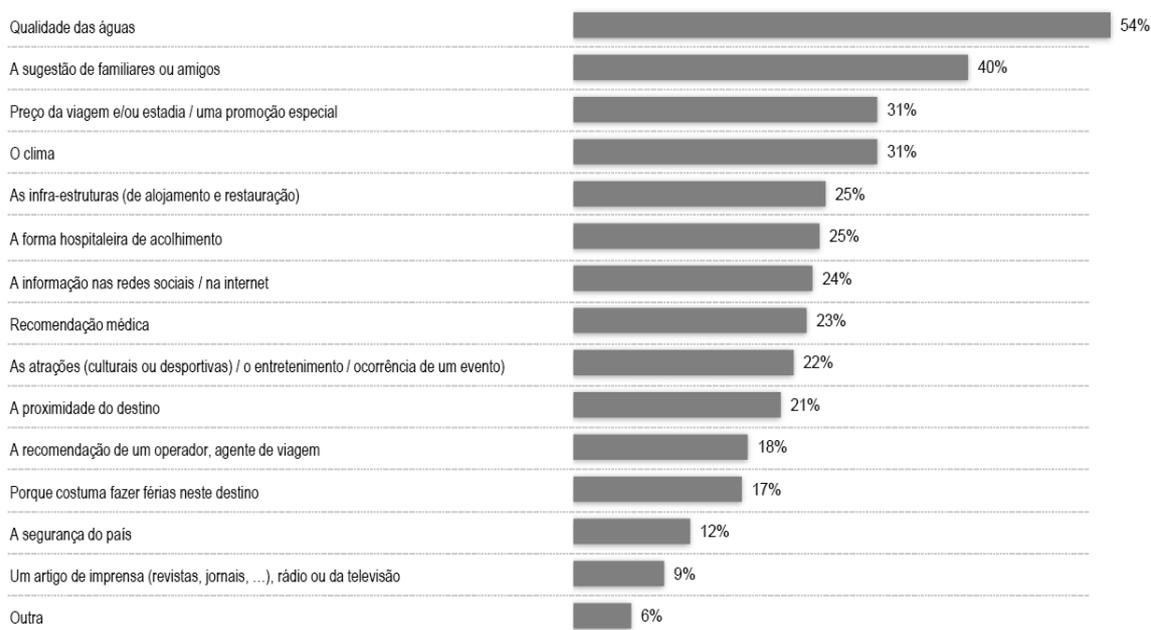
Fonte: Turismo de Portugal, 2015

Relativamente a programas termais, a maioria dos inquiridos são do sexo feminino (57%) e o grupo etário dominante é dos 46 aos 58 anos (37%). Ao contrário do que é comum em Portugal, a maior percentagem de turistas estrangeiros a realizar termas em território nacional tem como habilitação literária o Ensino Superior concluído (32%) e 70% viaja acompanhado.



**Figura 6** - Caracterização sociodemográfica dos respondentes.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

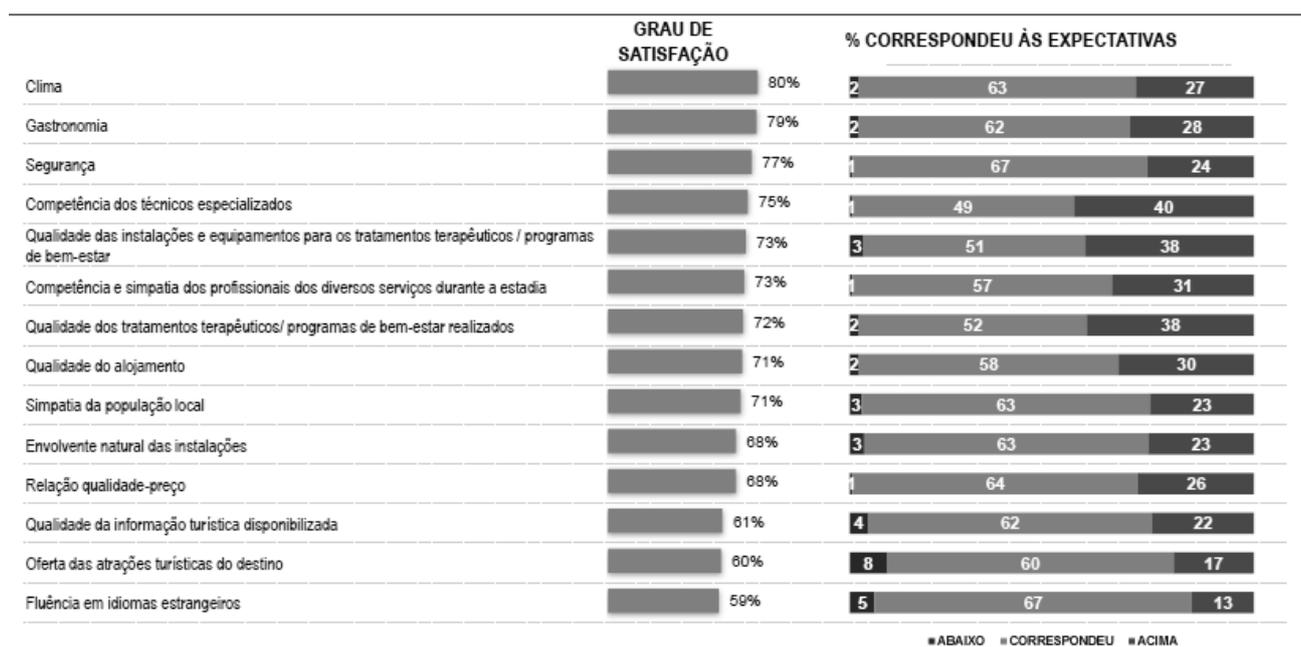


**Figura 7** - Motivos para ter escolhido Portugal como destino.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

A qualidade das águas é o principal motivo para a escolha de Portugal como país de destino de programas de bem-estar e termal (54%), seguido de sugestão dada por familiares ou amigos (40%) e o preço da estadia, ou promoção, fica em terceiro lugar com 31%.

É de notar também que a grande maioria dos turistas está realmente satisfeito com os aspetos relacionados com a sua estadia, inclusivamente os aspetos relacionados com os tratamentos, em que se inclui a competência dos técnicos (75%), a qualidade das instalações (73%), equipamentos e qualidade dos tratamentos (73%).

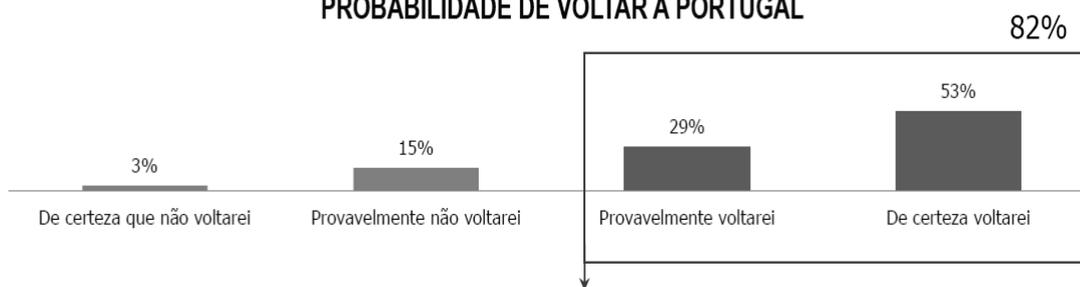


**Figura 8** - Grau de satisfação e correspondência com as expetativas.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

Com esta última figura verifica-se que a satisfação elevada de voltar a Portugal é confirmada pelos 82% de turistas que pelo menos consideram provável um regresso a Portugal, motivados principalmente pela qualidade dos tratamentos (39%).

## PROBABILIDADE DE VOLTAR A PORTUGAL



### O QUE O MOTIVA A VOLTAR

BASE TOTAL (154)

Qualidade dos tratamentos	39%
Qualidade do(s) staff(s)	21%
Hospitalidade	18%
Clima	16%
Preço	14%
Qualidade do alojamento/instalações	10%
Gastronomia	8%
Relação qualidade-preço	8%
Beleza natural	8%
Qualidade da oferta turística	8%
Qualidade das águas	8%
Proximidade	6%
Indicação médica/razões de saúde	6%
Qualidade das praias	2%
Outro(s) motivo(s)	5%
Ns-Nr	6%

**Figura 9** - Intenção e motivação para voltar ao destino Portugal.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

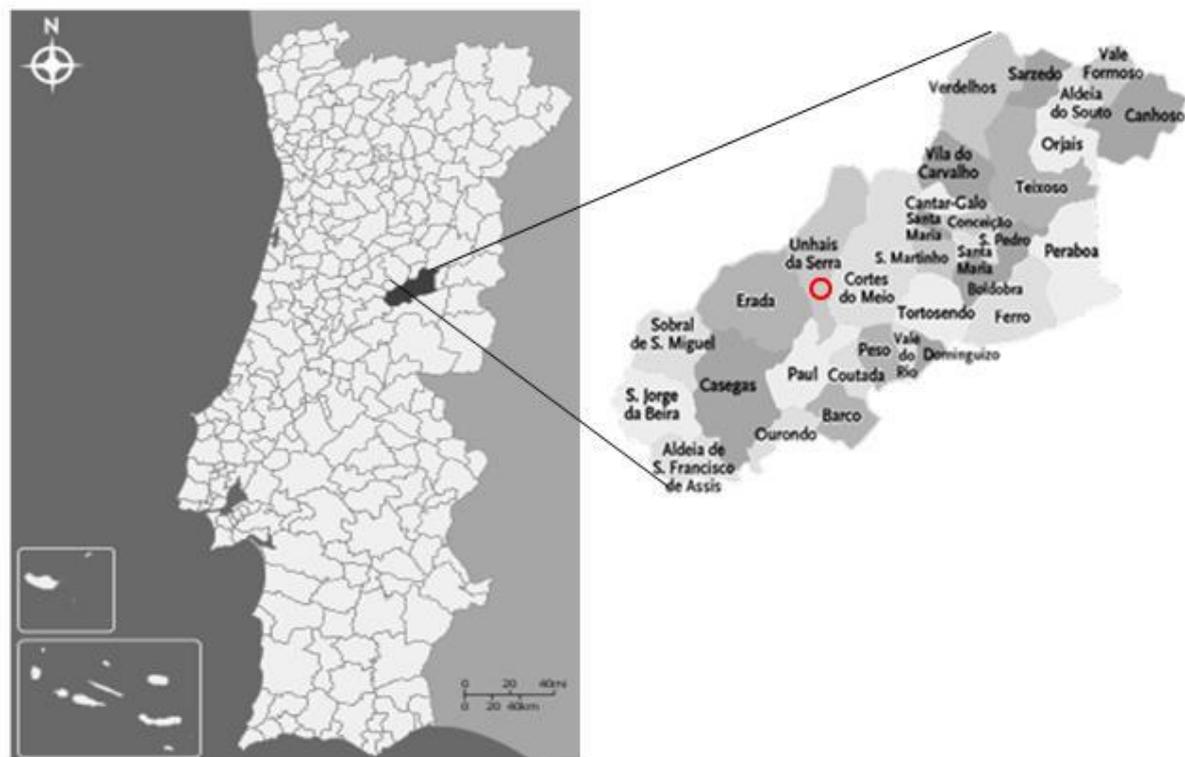


### **Capítulo 3 – *Aquadome – The Mountain Spa* – Termas de Unhais da Serra**

### 3.1 Conceito e missão do complexo hoteleiro H2otel *Congress & Medical Spa*

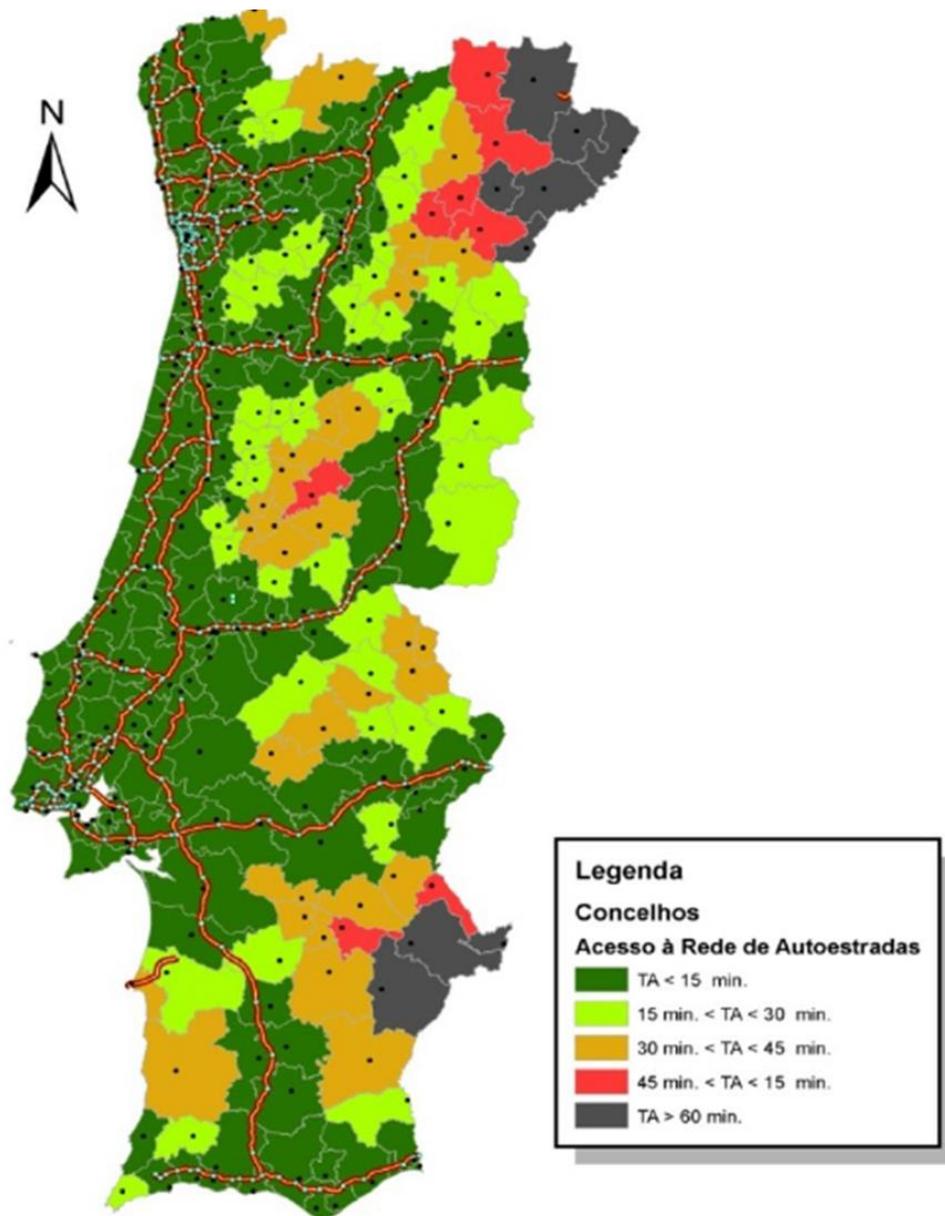
O estágio curricular foi realizado no hotel H2otel *Congress & Medical Spa*. Esta unidade hoteleira é já uma referência em Portugal uma vez que alia o lazer ao bem-estar incluindo, ainda, neste último uma vertente médica, com acompanhamento personalizado e tratamentos termais com fins terapêuticos no balneário termal existente, cuja concessão fora adquirida pelo grupo Natura IMB Hotels. Esta área do hotel reservada ao *wellness* e *medical spa* é denominada de *Aquadome – The Mountain Spa* e foi neste espaço que tive o privilégio de realizar o meu estágio.

É em Unhais da Serra, uma pequena aldeia localizada na zona montanhosa do Parque Natural da Serra da Estrela, que se situa o H2otel *Congress & Medical Spa*, aberto desde finais de 2008. Dependendo do concelho do qual o cliente parte, a viagem até este recanto escondido na Covilhã não excederá as 3horas, no caso de quem parte do Porto e de Lisboa, e 2horas caso a viagem se faça com partida de Coimbra. A aldeia fica a 20 km de distância da Covilhã, a 287km de Lisboa, a 127km de Coimbra e a 263km do Porto, sendo de fácil acesso através da rede nacional de autoestradas.



**Figura 10** - Localização do concelho da Covilhã e vila de Unhais da Serra.

Fonte: <https://www.google.pt/search?q=mapa+unhais+da+serra&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKewjAzJXK3-PMAhVFrRQKHY-6BIQQsAQIRA&biw=1024&bih=615#imgrc=V2Lt-9z7jhfpdM%3A>



**Figura 11** - Mapa da Rede Rodoviária Nacional.

Fonte: Relatório de monitorização da Rede Rodoviária Nacional, 2011

Pertencente ao grupo Natura IMB Hotels, é um espaço inserido em montanha, com serviço completo e diversificado, permitindo aos seus hóspedes um desfrute total da natureza. Este hotel resulta no espaço ideal para quem procura a tranquilidade, a calma, a fuga ao *stress*, que é característica dos ambientes de montanha. Por ser num local montanhoso, em pleno parque natural da Serra da Estrela, inicialmente este aspeto foi visto como uma ameaça e houve algum receio devido à distância e à localização num recanto diferente na serra. Contudo, todo o projeto, desde o edifício aos serviços prestados, conseguiu transformar o que

era ameaça, numa vantagem, acabando por ser um dos aspetos mais positivos para o conceito do hotel e também um dos que o posiciona em modo competitivo e diferenciador.



**Figura 12** - Localização do H2otel no enquadramento de montanha.

Fonte: autora

Integrado em perfeita harmonia com a natureza, inclui um centro termal e integra ainda um centro 100% *wellness & medical*, o *Aquadome*, permitindo satisfazer as necessidades do cliente que procura serviços do turismo médico a nível nacional e internacional em ambiente seguro.

O hotel, dotado de serviços adaptados a estadias prolongadas e curtas estadias (*short-breaks*)<sup>12</sup>, dispõe de 90 quartos, dos quais 24 são quartos duplos com cama de casal, 47 são quartos duplos em regime *twin* (com duas camas), 9 são suites *júnior* (quartos não comunicantes), 6 suites executivas, 2 suites duplex e dispõe também de 2 quartos adaptados para hóspedes com mobilidade motora condicionada. Todos os quartos têm acesso a uma deslumbrante paisagem sobre o vale glaciário da Alforfa na vertente sudoeste da Serra da Estrela. Possui também 1000 m<sup>2</sup> de salas de congressos e reuniões e salas de banquetes; restaurante, lounge e lounge bar com esplanada; loja gourmet; sala de jogos; ginásio; parque

---

<sup>12</sup> Conceito pela qual se designa uma estadia com duração entre uma a quatro noites.

de estacionamento e uma área reservada para crianças com monitores disponíveis a tempo inteiro para atividades lúdicas onde as crianças podem brincar em segurança longe dos seus progenitores.



**Figura 13** - Vista do H2otel *Congress & Medical Spa*.

Fonte: autora

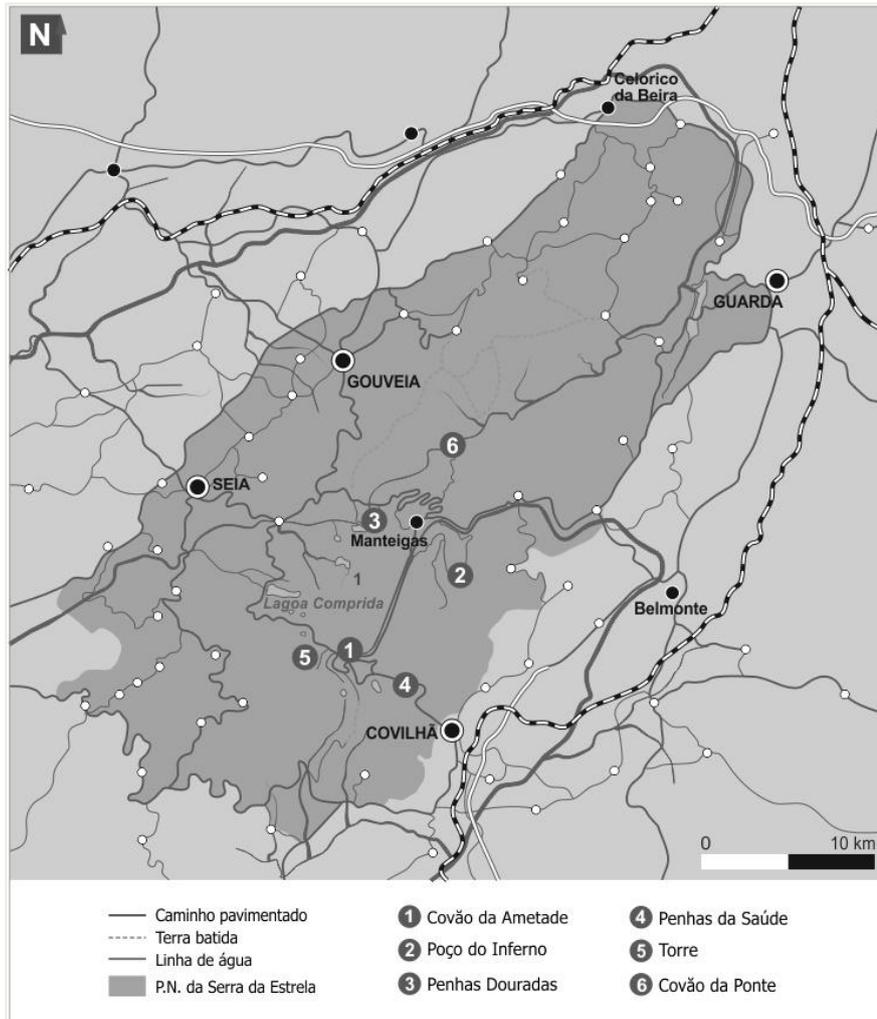
O tipo de cliente comum que frequenta este complexo é de um perfil socioeconómico elevado, com um cargo profissional de topo, frequentemente viaja em família e, devido a estes fatores, procura pequenas pausas (*short-breaks*) e férias em segurança com alguma informalidade, sendo que a maior taxa de ocupação do hotel decorre, naturalmente, entres os meses de julho a setembro, com lotação entre 70% - 100%.

Para além do conceito familiar, o hotel suporta também o segmento *corporate*, realizando ao longo do ano vários congressos de diversas áreas, preferencialmente a ocorrer aos fins-de-semana, em que os clientes poderão, após as reuniões e atividades de negócios, usufruir da área do lazer. No entanto, não me foi possível explorar este segmento uma vez que não fazia parte das tarefas profissionais atribuídas.

Este complexo hoteleiro distingue-se por fatores diferenciais dos hotéis concorrentes com *Spa* integrado. Atualmente existem poucos hotéis a nível nacional como o H2otel, em que há balneário termal inserido no mesmo complexo podendo, todavia, funcionar e proporcionar acesso de forma autónoma. Relativamente à oferta de serviços de *spa*, para além de este ser integrado no hotel, o que é vantajoso, presta também atenção e cuidado redobrado ao cliente. A juntar a estes fatores, há ainda que ter em conta a parte da componente clínica, que é realmente um fator competitivo e que serve como um complemento aos serviços de *spa*, com uma equipa de saúde multidisciplinar e especializada, pronta para ajudar a satisfazer as necessidades do hóspede de modo personalizado, nomeadamente em programas de emagrecimento e cessação de comportamentos aditivos.

A juntar ao lazer, comum em todas as unidades hoteleiras, o H2otel *Congress & Medical Spa* tem como missão fazer a diferença na resposta que dá no âmbito do bem-estar e do repouso, tendo consigo a localização como uma vantagem. Deste modo, e associando-se a uma vertente ecológica, oferece experiências de atividades diferentes para os seus hóspedes, tirando partido da localização como é o caso da atividade *BikeFriendly*, passeio pela serra de bicicleta, ou caminhadas, contando sempre com o acompanhamento e supervisão da equipa de animação. Além destas atividades, o cliente tem ainda a oportunidade de poder explorar o Parque Natural da Serra da Estrela (ver fig.14).

Em suma, são todos estes fatores que criam a marca H2otel e que contribuem para a decisão de escolha do cliente na hora de programar as suas férias.



**Figura 14** - Mapa de roteiro do Parque Natural da Serra da Estrela.

Fonte: <http://www.icnf.pt/portal/turnatur/visit-ap/pn/pnse/inf-ger>

### 3.2. Aquadome, The Mountain Spa

O Aquadome – The Mountain Spa, é o centro clínico 100% *wellness & medical spa* do H2otel Congress & Medical Spa, que permite aliar a saúde à prevenção e ao bem-estar. Funciona todos os dias, das 9h às 20h, e é aberto ao público em geral.



**Figura 15** - Direções à chegada do complexo hoteleiro.

Fonte: autora



**Figura 16** - Entrada para o Aquadome, the Mountain Spa.

Fonte: autora

Neste espaço encontram-se em funcionamento quatro áreas: o *Aquafisio*, *Aquacorpus*, *Aqualudic* e *Aquatermas*, todas respondem a serviços de *spa & wellness* e são estas que motivam o cliente a procurar e a se hospedar no hotel. A maior procura por esta unidade hoteleira é essencialmente devido ao balneário termal e aos tratamentos que oferece para as vias respiratórias (ORL)<sup>13</sup> devido às águas sulfurosas serem destinadas ao tratamento de patologias de foro respiratório, reumatismos e patologias do aparelho circulatório. Existe também uma procura específica na recuperação motora, recorrendo, através da Fisioterapia, à piscina termal e ao corredor de marcha. Além destas, há também uma significativa procura de *medical Spa* para programas de emagrecimento, seguido de *follow up* em que no ano seguinte o cliente regressa, por vontade própria, para manutenção.

O *Aquafisio*, um centro de fisioterapia e osteoterapia cujo nível de equipamento e formação o torna num dos melhores de Portugal, serve de complemento à área termal, pois possibilita reabilitações cuidadas recorrendo aos recursos físicos e técnicas existentes no centro termal, contemplando ainda a área de *spa*, o *Aquacorpus*.

O *Aquacorpus* corresponde à zona do *wellness*, a parte do *Aquadome* mais semelhante a um *health center & spa*, com ofertas completas em técnicas de massagem<sup>14</sup> tradicionais e holísticas e tratamentos de corpo<sup>15</sup> e rosto com produtos específicos para o efeito. Faz, ainda, parte desta área, o ginásio, exclusivo para clientes hospedados, onde existe acompanhamento personalizado, à medida da necessidade do cliente através de um *personal trainer*.

---

<sup>13</sup> Otorrinolaringologia.

<sup>14</sup> Massagens de relaxamento, massagens *ayurvédicas* e medicina tradicional chinesa.

<sup>15</sup> Anexo I.



**Figura 17** - Entrada para *Aquacorpus*.

Fonte: autora

O *Aqualudic* apresenta o conjunto mais inovador de piscinas dinâmicas do país, aquecidas exterior e interiormente, com passagem em barreiras de plástico para a parte exterior, em que o foco está no divertimento e em simplesmente gozar a água, aquecida, nas suas diferentes formas, quer seja na laguna pequena (jacuzzi), nas piscinas de corrente e quedas de água interior e exterior (laguna grande), ou no circuito celta, uma espécie de gruta onde se encontram as cabines do banho turco, sauna, *hamman*, sauna de cromoterapia e duche de contraste. Encontra-se neste local uma forma divertida e perfeita de relaxar e fugir do *stress*. Esta zona é permitida gratuitamente ao cliente que fica hospedado, no entanto não é exclusiva e o cliente externo pode também usufruir do espaço mediante reserva com alguma antecedência, assim como com os serviços de spa do *Aquacorpus*.



**Figura 18** - Vista para o ginásio e *Aqualudic* através da zona *Aquacorpus*.

Fonte: autora



**Figura 19** - *Aqualudic*, piscina interior e vista para a zona exterior.

Fonte: autora



**Figura 20** - Cascata de água da laguna pequena (jacuzzi) para laguna grande (piscina).

Fonte: autora



**Figura 21** - Entrada para a zona do Circuito Celta.

Fonte: autora

O *Aquatermas*<sup>16</sup>, onde se encontra o balneário de raíz termal que utiliza na realização dos seus tratamentos a água mineral natural de Unhais da Serra, dispõe de uma piscina termal com hidromassagem, corredor de marcha, banheiras de hidromassagem, duchas vichy, hidropressoterapia, banho de vapor parcial, sala de inalações (ORL) e estufas de vapor. Esta área, juntamente como a do *Aquacorporus*, pode ser utilizada por clientes não hospedados no hotel mediante reserva ou prescrição médica.

---

<sup>16</sup> Anexo II



**Figura 22** - Zona do *hall* de entrada do *Aquatermas*.

Fonte: [q-ec.bstatic.com/images/hotel/840x460/443/44311722.jpg](http://q-ec.bstatic.com/images/hotel/840x460/443/44311722.jpg)



**Figura 23** - Piscina Termal.

Fonte: [r-ec.bstatic.com/images/hotel/840x460/443/44311565.jpg](http://r-ec.bstatic.com/images/hotel/840x460/443/44311565.jpg)

Uma quinta área pode, ainda, ser considerada parte do *Aquadome*: a clínica. Esta define-se como um conjunto integrado de serviços caracterizados pela equipa médica (integrada por médicos, técnicos termalistas, enfermeiros, fisioterapeutas e nutricionistas) que procede à avaliação e diagnóstico, após leitura do perfil clínico do cliente e pela definição de um programa integrado de terapias e de reeducação alimentar, num determinado período de tempo associado ao número de dias da estadia. É com esta equipa que se proporcionam os programas de *medical spa*.

Alguns tratamentos do *Aquatermas*, que apesar de serem feitos nas cabines termais estão associados a bem-estar, como é o caso do *duche vichy* - tratamento com maior número de vendas - podem ser usufruídos por todo o tipo de cliente, interno ou externo, desde que este assine um consentimento informado junto do balcão de receção. Os restantes tratamentos para fins terapêuticos, como o banho de vapor parcial, a ORL e as estufas de vapor, a piscina termal, etc., bem como os equipamentos do *Aquafisio*, só poderão ser feitos mediante uma prescrição médica passada pelo médico que durante a época termal (março a novembro) se encontra com consultório aberto no hotel, três dias por semana.

O cliente que frequenta o hotel apenas com o intuito de se deslocar ao balneário termal não é obrigado a permanecer hospedado no hotel, ao contrário do cliente que procura a unidade hoteleira para usufruir do serviço de *medical spa*. Neste caso, é obrigado a uma estadia, com um pacote previamente delineado, com acompanhamento diário e personalizado da equipa de saúde específica para o efeito e que, após uma primeira sessão com o cliente, traça um plano geral de tratamentos e de reeducação alimentar para o número de dias do tratamento.

### 3.2.1 Serviços termais praticados no *Aquatermas*

Designa-se por cura termal o ato de execução de tratamentos termais, prescritos e com acompanhamento médico, com competência em hidrologia médica num determinado período de tempo, normalmente por quinze dias (Quintela, 2004).

Embora o ideal seja o hóspede usufruir das termas enquanto está alojado no H2otel, havendo inclusive tarifas praticadas especialmente para quem escolhe esta modalidade, a política deste complexo hoteleiro permite que um cliente externo possa frequentar o balneário termal somente para a realização dos tratamentos prescritos pelo médico, sem que esteja hospedado.

Não há conhecimento da data precisa, mas sabe-se que, pelo menos desde meados do século XVIII, existe atividade termal em Unhais da Serra. Totalmente requalificada num espaço inovador, a concessão das Termas de Unhais da Serra pertence e está integrada no complexo hoteleiro H2otel/*Aquadome*, na pequena vila de Unhais da Serra.

No que diz respeito a tratamento termal, o fator com maior importância é a água e a sua composição, uma vez que é devido às suas características físicas e químicas que os tratamentos surtem os efeitos pretendidos. À água das termas é reconhecida vocação terapêutica e resultados comprovados na melhoria de algumas patologias, nomeadamente a das vias respiratórias. A água mineral de Unhais da Serra é uma água de circulação profunda, com origem na montanha mais alta de Portugal Continental, a Serra da Estrela. A sua caracterização química resulta essencialmente da percolação através das rochas graníticas, sendo designada por água bicarbonatada sódica, carbonatada, fluoretada e sulfidratada, vulgarmente conhecida por água sulfúrea. Apresenta uma mineralização total de cerca 280 mg/l, condutividade de 300  $\mu\text{Scm}^{-1}$  aproximadamente, e o PH entre 8,5 a 8,8, com temperaturas na ordem dos 37,5°. Sendo a atividade termal uma das fortes razões pela qual é conhecido o H2otel/*Aquadome*, tive oportunidade, enquanto trabalhadora estagiária, de observar e compreender que existe no *Aquadome* uma rigorosa preocupação e um frequente controlo de análise das águas e de desinfestação.

As vocações terapêuticas e respetivas patologias existentes no *Aquadome* são:

- Vias respiratórias/ORL para tratar rinites alérgicas, sinusites, laringites, adenoidites e asma brônquica e alérgica;

- Reumatismos/ doenças músculo-esqueléticas para sequelas de traumatismos osteoarticulares, osteoartroses, reumatismos inflamatórios e abarticulares (ombro doloroso, nevralgias e ciatalgias), entorses e sequelas de fraturas;
- Doenças do aparelho digestivo na cura de síndrome do cólon irritável (espástica e obstipante);
- Doenças do aparelho circulatório, para tratar a síndrome hemorroidário e insuficiência vascular periférica (membros inferiores).

Para dar resposta a estes tratamentos, as cabines termais disponibilizam os seguintes equipamentos:

- Piscina termal com hidromassagem;
- Corredor de marcha;
- Banheiras de hidromassagem;
- Duches Massagens Vichy;
- Hidropressoterapia;
- Bertholaix;
- Sala de vias respiratórias, para adultos e crianças;
- Estufa de vapor para coluna e membros
- Duche escocês.

A época termal funciona entre os meses de março a novembro, sendo que de março a maio e de outubro a novembro é considerada época baixa e os meses de verão, junho a setembro época alta. O *Aquatermas* funciona todos os dias das 9h às 13h e das 16h às 20h.

Ainda que todos os tratamentos já mencionados sejam destinados à cura termal, há alguns que são também associados a *spa* termal<sup>17</sup>, ou seja, fazem parte do leque de oferta de serviços de bem-estar, bastando apenas uma assinatura do cliente de um termo de responsabilidade. Estes serviços de bem-estar termal, denominados “Rituais Termais”, são serviços de melhoria da qualidade de vida que, podendo comportar fins de prevenção da doença, estão ligados à estética, beleza e relaxamento e, paralelamente, são suscetíveis de comportar a aplicação de técnicas termais, com possibilidade de utilização de água mineral natural. Uma vez que não são específicos de tratamento termal, podem realizar-se em qualquer época do ano, nomeadamente os serviços de duche massagem vichy e as banheiras

---

<sup>17</sup> Anexo III

de hidromassagem. A diferença entre o programa termal e o ritual termal é o facto de o primeiro ser para fins terapêuticos e o segundo para fins de relaxamento, com possibilidade de se prolongar até três dias. Para esta segunda vertente, relaxante, o *Aquadome* oferece duches vichy esfoliante e duches vichy com diferentes aromas, tais como flores da serra com lavanda; laranja e canela; cacau e menta. O mesmo se procede nas banheiras de hidromassagem, também com os seguintes aromas: aromas da serra da estrela; laranja e canela; cacau e menta; vinoterapia; chá verde e menta. Dentro desta oferta de rituais termais o que tem mais procura no número de vendas é o duche de massagem vichy, podendo ser realizado a duas ou quatro mãos, dependendo da preferência do cliente consoante as zonas do corpo onde necessita de mais incidência de massagem.



**Capítulo 4 – Estudo sobre as motivações e práticas dos aquistas das Termas da Unhais da Serra**

## 4.1. Análise e apresentação dos resultados

No presente capítulo, procede-se à análise e apresentação dos dados e resultados obtidos através da aplicação de inquérito<sup>18</sup> elaborado com o objetivo de sistematizar a informação recolhida, organizando as respostas com tabelas e gráficos e calculando medidas descritivas, nomeadamente, médias, medianas e desvios padrão.

O referido inquérito foi realizado por administração direta, com recurso a uma amostragem não probabilística, concluindo-se por uma amostra de conveniência associada aos utilizadores do espaço termal. Este método aplica-se em casos de falta de tempo ou em casos em que o número de potenciais adquiridos é limitado. É um tipo de amostragem não representativa dado que a participação é voluntária ou os elementos a inquirir são escolhidos por conveniência (Hill & Hill, 2009).

Neste caso específico, a população inquirida foi constituída por utentes que passaram pelo H2otel e/ou pelo balneário termal de Unhais da Serra. A dimensão da amostra resultou em 63 inquiridos, tendo o período de recolha de informação ocorrido entre setembro e outubro de 2015.

A caracterização sociodemográfica dos inquiridos incidiu sobre a análise do sexo, grupo etário, habilitações literárias, país e concelho de residência atual.

Género	n	%
<b>Masculino</b>	24	<b>38.1</b>
<b>Feminino</b>	39	<b>61.9</b>
Total	63	100.0

**Tabela 1** - Amostra segundo o sexo

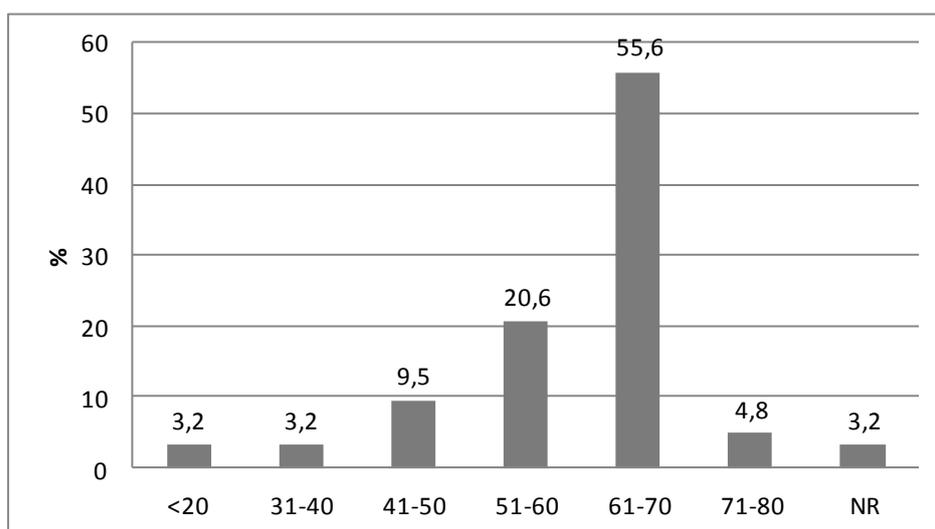
De acordo com a tabela apresentada, 38.1% dos inquiridos é do sexo masculino e o restante do género feminino, 61.9%. Embora o meu estudo seja uma amostra de conveniência, o resultado apurado nesta variável vai ao encontro dos dados presentes no relatório de análise relativa à oferta e caracterização da procura nos estabelecimentos termais em 2014, realizado pelo Turismo de Portugal (2015), com base em informação disponibilizada pela Direção-Geral de Energia e Geologia (DGEG) e pela Associação das Termas de Portugal (ATP), em

---

<sup>18</sup> Anexo IV

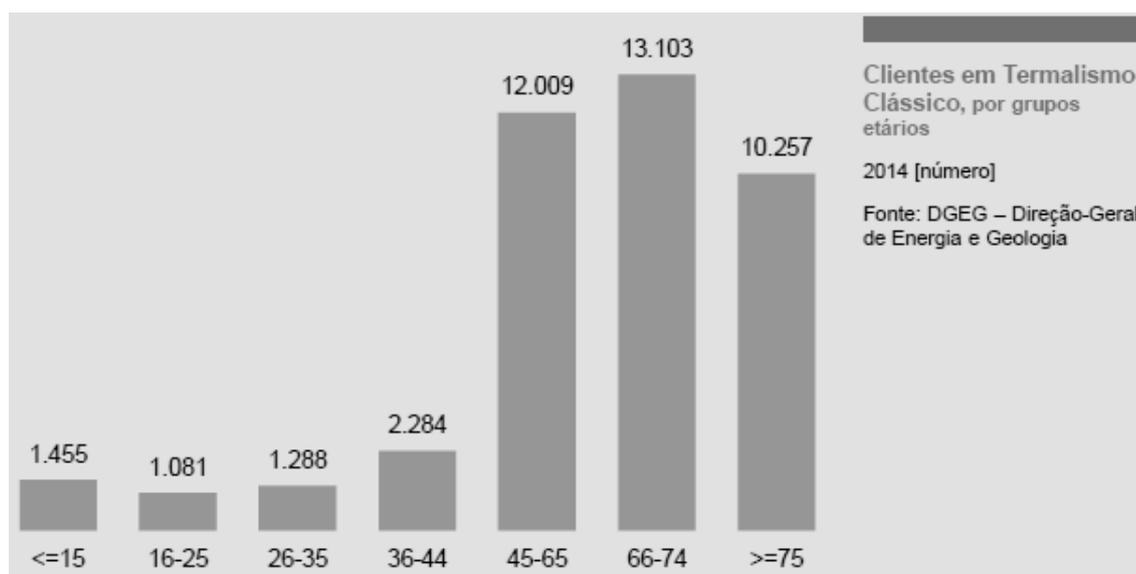
que dos 817 indivíduos que prestaram serviços nos estabelecimentos termais no ano de 2014, 71% corresponde ao sexo feminino e 29% ao masculino.

Relativamente à amostra segundo o grupo etário (n= 63), é possível verificar na tabela seguinte que a média de idade dos respondentes é a casa dos 59 anos, com uma classe modal no intervalo (61-70 anos) apresentando um desvio padrão de 12.43 ( $\bar{x} = 59.44$  Md = 63.00 s = 12.43  $x_{\min} = 13$   $x_{\max} = 80$ ). Isto significa que o estereótipo característico do cliente termalista ainda se mantém no adulto sénior, contudo, observa-se uma ligeira alteração uma vez que a idade de reforma em Portugal está próxima dos 66 anos e, como se verifica na amostra, já não são apenas os adultos reformados que procuram a cura termal. Também a população ativa, ainda com funções laborais, começa a recorrer ao termalismo, seja para prevenir doença ou simplesmente para bem-estar.



**Figura 24** - Distribuição da amostra por grupo etário.

Comparando com os valores analisados pelo Turismo de Portugal, o relatório confirma que é a vertente clássica do termalismo que ainda atrai um número maior de clientes em faixas etárias mais avançadas, resultando em 85% de procura as idades acima dos 45 anos e 25% idades acima dos 75 anos.



**Figura 25** - Número de clientes em Termalismo Clássico por grupo etário.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

No que diz respeito às habilitações literárias, 68.2% dos clientes que aceitaram responder ao questionário 36.5% concluiu o Ensino Secundário e 31.7% tem o Ensino Básico. Há ainda uma percentagem de 12.7% referente ao grau de Licenciatura. Em número reduzido ficou o grau equivalente a Mestrado apenas com um resultado de 6.3%.

Habilitações Literárias	n	%
<b>Ensino Básico</b>	20	<b>31.7</b>
<b>Ensino Secundário</b>	23	<b>36.5</b>
Bacharelato	2	3.2
<b>Licenciatura</b>	8	<b>12.7</b>
<b>Mestrado</b>	4	<b>6.3</b>
Doutoramento	1	1.6
Outra	1	1.6
Não respondeu	4	6.3
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.0</b>

**Tabela 2** - Amostra segundo as habilitações literárias.

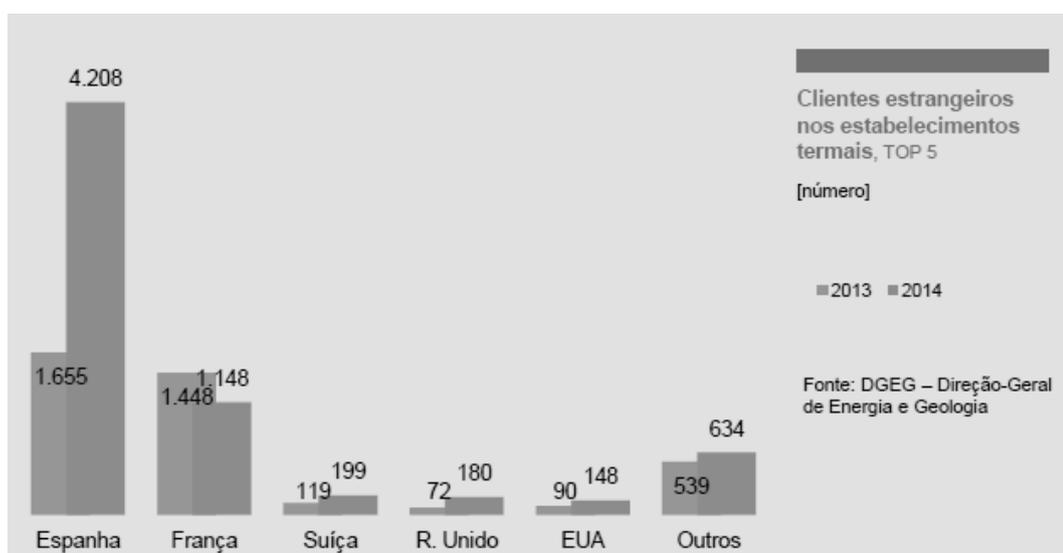
As termas de Unhais da Serra são uma marca reconhecida no panorama nacional, o que faz com que a sua oferta chegue a qualquer parte do país e, uma vez que esta vila tem parte da sua população migrante, preocupei-me em perceber qual o país de residência atual do inquirido, a fim de compreender até que ponto é importante frequentar esta unidade termal.

Durante o período de estágio, apercebi-me de que muitos dos clientes oriundos de Unhais da Serra são emigrantes e, como tal, passam férias de verão na sua terra natal aproveitando, desta forma, para melhorar a sua saúde fazendo tratamentos termais, bem como partilharem momentos em família na piscina do *Aqualudic* - situação mais visível no mês de agosto. Atendendo a que só foi possível recolher informação durante os meses de setembro e outubro, 9.5% dos inquiridos residem atualmente em França e 90.5% tem Portugal como país de residência.

País de residência atual	n	%
<b>Portugal</b>	57	<b>90.5</b>
França	6	9.5
Total	63	100.0

**Tabela 3** - Amostra segundo país de residência atual.

Nos dados obtidos pelo Turismo de Portugal, o número de clientes estrangeiros que fazem prática termal representa 7% do total de clientes (nacionais e internacionais). O primeiro país com mais clientes estrangeiros a procurar o mercado termal Português é Espanha, com 65%, seguido de França com 18%.



**Figura 26** - Número de clientes estrangeiros nos estabelecimentos termais.

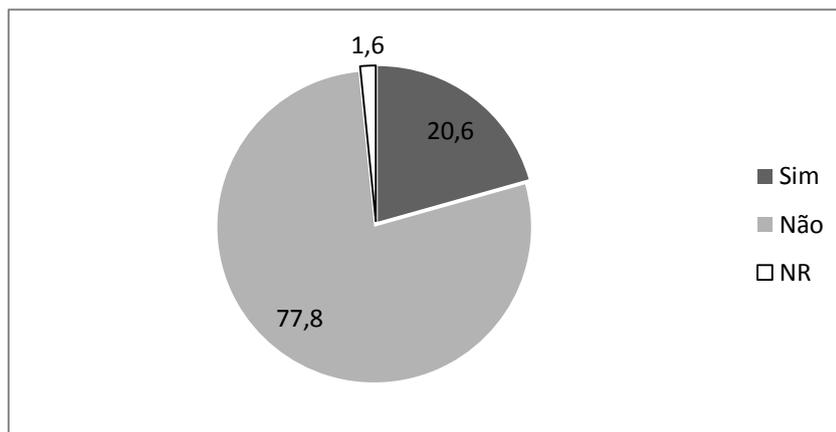
Fonte: Turismo de Portugal, 2015

Ainda que o complexo hoteleiro, H2otel, seja de renome e apresente uma lotação quase de 100% praticamente o ano inteiro, a maior parte dos clientes que usufruem do balneário termal são da zona da Covilhã ou arredores. Com exceção de alguns casos em que clientes de outra região do país se hospedam no hotel com o intuito da prática de tratamentos termais, 61.9% dos inquiridos reside no concelho de Castelo Branco, sendo que desse total 36.5% são da Covilhã e os restantes 25.4% residem no Fundão.

Concelho de residência atual	n	%
Torres Vedras	1	1.6
Gouveia	2	3.2
<b>Fundão</b>	16	<b>25.4</b>
<b>Covilhã</b>	23	<b>36.5</b>
Celorico da Beira	1	1.6
Sintra	2	3.2
Coimbra	1	1.6
Abrantes	1	1.6
Lisboa	2	3.2
Porto	1	1.6
Castelo Branco	2	3.2
Palmela	1	1.6
Cascais	1	1.6
Mafra	2	3.2
Amadora	1	1.6
Santa Maria da Feira	1	1.6
Seixal	1	1.6
Oeiras	3	4.8
Não respondeu	1	1.6
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.0</b>

**Tabela 4** - Amostra segundo concelho de residência atual.

Para compreender de uma forma mais clara qual o verdadeiro posicionamento do H2otel e das Termas de Unhais da Serra, quer para quem procura quer para quem já conhece, foi importante saber se os inquiridos frequentavam pela primeira vez, de uma forma geral, uma estância termal. 77.8% dos respondentes afirmaram que não, ao passo que 20.6% admitiram que sim, era a primeira vez que procuravam uma estância termal.



**Figura 27** - É a primeira vez que procura uma estância termal?

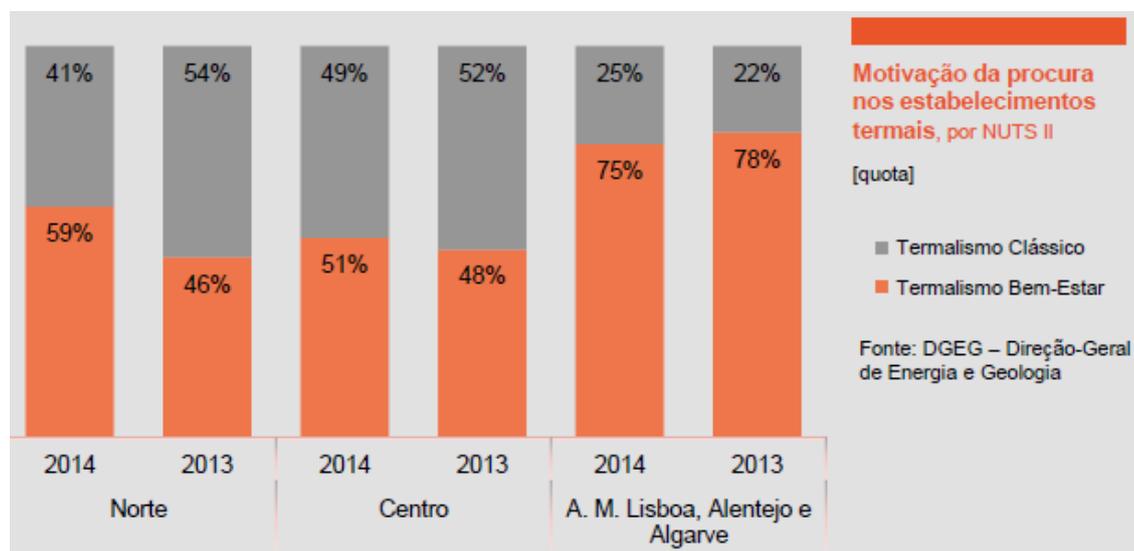
Para além de se questionar uma primeira adesão, procurou-se averiguar qual o fator impulsionador da decisão de uso. Dos inquiridos, 77.8% revelou que a procura a estância termal estava orientada essencialmente por manutenção de saúde, sendo que 39.7% o faz por conselho médico e 38.1% por iniciativa própria.

Procura de cuidados termais ocorre por:	n	%
<b>Iniciativa própria</b>	24	<b>38.1</b>
Por conselho de amigos/familiares	5	7.9
<b>Conselho médico</b>	25	<b>39.7</b>
Iniciativa própria e conselho de amigos/familiares	1	1.6
Iniciativa própria e conselho médico	3	4.8
Conselho de amigos/familiares e conselho médico	3	4.8
Iniciativa própria, conselho de amigos/familiares e conselho médico	1	1.6
Não respondeu	1	1.6
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.0</b>

**Tabela 5** - Amostra segundo procura de cuidados termais.

No território nacional, de acordo com o relatório Termas em Portugal, 2014, o termalismo Clássico registou 41,5 mil utentes (44% face ao movimento total), tendo decrescido face a 2013 (-10,6%, equivalente a menos 4,9 mil clientes). Esta evolução representou uma quebra de 4,8 p.p. na quota deste segmento, face ao total. Em 2004 o

termalismo Clássico representava 83% do movimento global nas termas, afirmando-se o termalismo de bem-estar como líder na procura global.



**Figura 28** - Motivação da procura nos estabelecimentos termais.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

Uma das principais preocupações deste estudo estava associada à compreensão da motivação dos utilizadores, particularmente, das termas de Unhais da Serra. Assim, 79.4% admite que o principal motivo que originou a procura da estância termal em questão é, essencialmente, para melhoria de sinais/sintomas de doença já identificada (50.8%) e manutenção/melhoria de estado de saúde (28.6%).

Procura de cuidados termais ocorre por:	n	%
Prevenção de doença	9	14.3
<b>Melhoria de sinais/sintomas de doença já identificada</b>	32	<b>50.8</b>
<b>Manutenção/Melhoria de estado de saúde</b>	18	<b>28.6</b>
Outra	2	3.2
Melhoria de sinais/sintomas de doença já identificada e Manutenção/Melhoria de estado de saúde	1	1.6
Prevenção de doença, Melhoria de sinais/sintomas de doença já identificada e Manutenção/melhoria do estado de saúde	1	1.6
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.0</b>

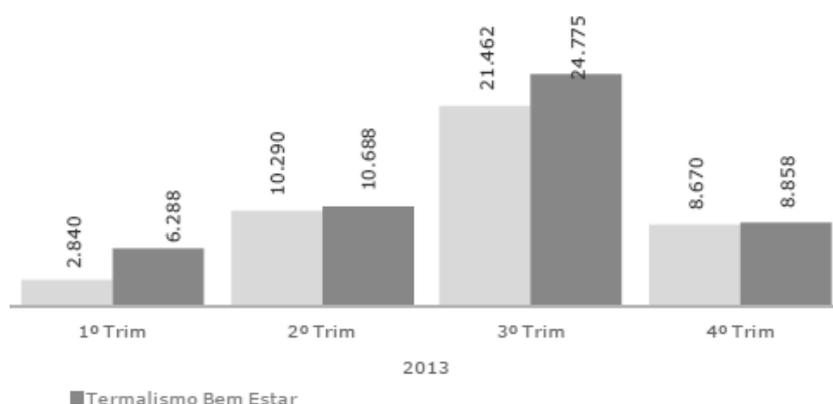
**Tabela 6** - Amostra segundo o principal motivo que originou a procura desta estância termal.

A época termal funciona de março a novembro e requer alguns cuidados específicos, nomeadamente o cuidado a ter relativamente à praia, sendo aconselhável a cura termal após a época balnear. No entanto, há quem faça prática termal duas vezes por ano, quer na primavera, quer no outono, mas nem todos os clientes escolhem a mesma altura para o efeito. As respostas fechadas a esta variável repartiram-se consoante as estações do ano, sendo que foi possível ao inquirido assinalar mais do que uma, caso, como já referido, usufruíssem das termas mais do que uma vez por ano. Assim, num total de 92.0%, 69.8% respondeu outono (outubro-novembro) e 22.2% dá preferência ao outono e primavera para a cura termal.

Altura do ano mais conveniente	n	%
Verão (julho-setembro)	1	1.6
<b>Outono (outubro-novembro)</b>	44	<b>69.8</b>
Primavera (abril-junho)	1	1.6
Verão e Primavera	2	3.2
<b>Outono e Primavera</b>	14	<b>22.2</b>
Outono e Inverno (dezembro-março)	1	1.6
Total	63	100.0

**Tabela 7** - Amostra segundo a altura do ano mais conveniente fazer o tratamento termal.

Neste caso específico, os dados do Turismo de Portugal diferem do estudo por mim realizado referente às termas de Unhais da Serra. À semelhança dos dados analisados pelo Turismo de Portugal em 2013, também em 2014 foram os meses de verão os preferidos pelos clientes, não só na vertente de termalismo de bem-estar (54%) mas também no termalismo clássico (48%).



**Figura 29** - Sazonalidade da procura de termas.

Fonte: Turismo de Portugal, 2014

Uma vez compreendido o principal motivo para um cliente se dirigir às Termas de Unhais da Serra, é então necessário perceber quais os principais motivos que orientam a sua preferência por estas termas. Deste modo, num leque de seis motivos possíveis de respostas, o inquirido demonstrou a sua escolha numa escala de 1 a 4 em que 1 era “nada importante” e 4 “muito importante”.

No motivo “qualidade medicinal da água termal e a sua importância para a patologia (doença) em causa”, 93.6% dos inquiridos considerou-o muito importante (57.1) e importante (36.5%).

Qualidade medicinal da água termal e a sua importância para a patologia (doença) em causa	n	%
Nada importante	1	1.6
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	23	<b>36.5</b>
<b>Muito importante</b>	36	<b>57.1</b>
Não respondeu	3	4.8

**Tabela 8** - Amostra segundo a importância atribuída aos motivos da escolha da estância termal.

Relativamente ao motivo “Paisagem natural e arquitetura da estância termal, 69.9% dos respondentes consideraram-no importante (41.3%) e muito importante (28.6%).

Paisagem natural e arquitetura da estância termal	n	%
Nada importante	4	6.3
Pouco importante	7	11.1
<b>Importante</b>	<b>26</b>	<b>41.3</b>
<b>Muito importante</b>	<b>18</b>	<b>28.6</b>
Não respondeu	8	12.7

**Tabela 9** - Amostra segundo a importância atribuída aos motivos da escolha da estância termal.

A presença de amigos e/ou de familiares costuma ser um fator decisivo na escolha de um lugar a frequentar. No caso das termas não é exceção e, por este facto, um dos motivos desta variável foi o de “Presença de amigos e/ou familiares em simultâneo na estância termal”, em que 50.8% dos inquiridos admitiram ser pouco importante (27.0%) e nada importante (23.8%).

Presença de amigos e/ou familiares em simultâneo na estância termal:	n	%
<b>Nada importante</b>	<b>15</b>	<b>23.8</b>
<b>Pouco importante</b>	<b>17</b>	<b>27.0</b>
Importante	15	23.8
Muito importante	7	11.1
Não respondeu	9	14.3

**Tabela 10** - Amostra segundo presença de amigos e/ou familiares em simultâneo na estância termal.

Uma vez que a prática termal é ancestral, foi relevante averiguar se neste caso a tradição familiar relacionada com a frequência das termas de Unhais da Serra é um dos motivos na escolha das termas. 54% dos respondentes afirmaram que este motivo é nada importante (28.6%) e pouco importante (25.4%)

Tradição familiar relacionada com a frequência destas termas	n	%
<b>Nada importante</b>	18	<b>28.6</b>
<b>Pouco importante</b>	16	<b>25.4</b>
Importante	9	14.3
Muito importante	9	14.3
Não respondeu	11	17.5

**Tabela 11** - Amostra segundo tradição familiar relacionada com a frequência destas termas.

O quinto motivo de resposta, “Usufruir de repouso e tranquilidade”, um dos principais motivos pela qual o H2otel/Aquadome é conhecido, teve um total de 73% de resposta, sendo que 41.3% dos inquiridos considera tal motivo importante e 31.7% um fator muito importante na escolha da estância termal.

Usufruir de repouso e tranquilidade	n	%
Nada importante	2	3.2
Pouco importante	7	11.1
<b>Importante</b>	26	<b>41.3</b>
<b>Muito importante</b>	20	<b>31.7</b>
Não respondeu	8	12.7

**Tabela 12** - Amostra segundo motivo usufruir de repouso e tranquilidade.

As instalações ao dispor do cliente e o respetivo *staff* são fundamentais para a satisfação do cliente. Como tal, era inevitável perceber a importância que a “qualidade das instalações e da equipa termal” têm no termalista. 87.3% dos respondentes considera esse motivo muito importante (63.5%) e importante (23.8%).

Qualidade das instalações e da equipa termal	n	%
Nada importante	1	1.6
Pouco importante	1	1.6
<b>Importante</b>	15	<b>23.8</b>
<b>Muito importante</b>	40	<b>63.5</b>
Não respondeu	6	9.5

**Tabela 13** - Amostra segundo qualidade das instalações e equipa técnica.

Além das motivações, foi também importante perceber se para a prática de cura termal o inquirido costuma ter companhia ou se está sozinho. Num total de 95.2%, 61.9% respondeu

que costuma ir acompanhado por amigo/familiar, enquanto 33.3% faz sozinho. No caso de ter assinalado “acompanhado por amigo/familiar”, foi questionado se a outra pessoa também faz tratamento termal. Desse total de 100%, 84.6% confirmou que o acompanhante também faz cura termal, ao passo que dos restantes 15.4% o acompanhante não faz qualquer atividade termal. Para este último caso, foi então interessante saber se utilizavam outros serviços oferecidos pela estância termal. De 100% dos inquiridos respondentes a esta variável, 66.7% admitiu que sim e 33.3% respondeu que não. Das respostas positivas, 75% ocupa o tempo em serviços de lazer oferecidos pelo hotel e 25% passa o tempo na zona do *Aqualudic*.

	n	%
Na prática de cura termal, costuma vir sozinho(a) ou acompanhado(a)		
<b>Sozinho(a)</b>	21	<b>33.3</b>
<b>Acompanhado(a) por amigo/familiar</b>	39	<b>61.9</b>
Não Aplicável	3	4.8
Na prática de cura termal, se acompanhado, a outra pessoa também faz tratamentos termais		
<b>Sim</b>	33	<b>84.6</b>
<b>Não</b>	6	<b>15.4</b>
Utiliza outros serviços oferecidos por esta estância termal		
<b>Sim</b>	4	<b>66.7</b>
<b>Não</b>	2	<b>33.3</b>
Utiliza outros serviços oferecidos por esta estância termal – quais		
<b>Lazer-hotel</b>	3	<b>75.0</b>
<b>Aqualudic</b>	1	<b>25.0</b>

**Tabela 14** - Amostra segundo os dados referentes ao acompanhamento na prática de cura termal, aos tratamentos e aos serviços utilizados.

Depois de uma análise acerca da procura e motivações que levam o cliente a deslocar-se às Termas de Unhais da Serra, integradas numa unidade hoteleira, quis perceber até que ponto isso é também um fator decisivo na hora de escolha. Como tal, em duas variáveis, questioneei o inquirido sobre qual a modalidade de alojamento escolhida durante a cura termal e, caso a resposta fosse o complexo hoteleiro H2otel, qual o número de dias da estadia. Dos 73% dos respondentes, 52.4% desloca-se diariamente para a residência atual após os tratamentos e 20.6% fica alojado no H2otel. Da percentagem de clientes alojados (n=13), os resultados obtidos deram uma classe modal de 7 apresentando um desvio padrão de 1.44 ( $\bar{x}$  =

7.08 Md = 7.00 s = 1.441  $x_{\min} = 6$   $x_{\max} = 10$ ). Isto significa que a maioria dos clientes que se deslocou ao balneário termal nos meses de setembro e outubro de 2015 reside relativamente perto da zona, pelo que utiliza o H2otel somente para os tratamentos termais regressando a casa no final dos mesmos.

	n	%
<b>Modalidade de alojamento escolhida durante a cura termal</b>		
<b>Alojamento no H2OTEL</b>	13	<b>20.6</b>
Alojamento em residência local (quarto/apartamento)	6	9.5
Utilização de casa de familiares/amigos	6	9.5
<b>Deslocação diária para a minha residência</b>	33	<b>52.4</b>
Habitação própria	5	7.9
<b>Número de dias alojado</b>		
<b>6</b>	6	<b>46.2</b>
<b>7</b>	4	<b>30.7</b>
8	1	7.7
10	2	15.4
$\bar{x} = 7.08$ Md = 7.00 s = 1.441 $x_{\min} = 6$ $x_{\max} = 10$		

**Tabela 15** - Amostra segundo a modalidade de alojamento escolhida durante a cura termal e da duração da estadia no H2otel.

Uma vez alojado no H2otel, quais são, então, as preferências de atividades de lazer? Em resposta aberta, o inquirido teve a possibilidade de enumerar três atividades, por ordem, à sua escolha que o façam desfrutar e relaxar no espaço em que está inserido. Das três atividades, em primeiro lugar com maior percentagem de resposta foi a utilização da piscina do *Aqualudic* (46.2%), seguido de caminhadas/passeios e descanso com 15.4% de resposta, e por fim, também com a mesma percentagem (7.7%) a hidroginástica, a leitura e os tratamentos termais.

Em segundo lugar, 30.8% dá preferência à caminhada/passeios, seguido da utilização da piscina, 23.1%, e por último, 7.7% indicaram a leitura, o descanso e as infraestruturas do hotel como atividades para passar o tempo.

Por último, com a percentagem de 15.4%, os inquiridos responderam como terceira atividade a piscina, caminhada/passeios, televisão e descanso, sendo que os restantes 7.7% correspondem à leitura.

	n	%
<b>Primeiro lugar</b>		
<b>Piscina</b>	6	<b>46.2</b>
Leitura	2	<b>15.4</b>
Caminhada/Passeios	1	<b>7.7</b>
Hidroginástica	1	7.7
Descanso	2	15.4
Tratamentos termais	1	7.7
<b>Segundo lugar</b>		
<b>Piscina</b>	3	<b>23.1</b>
Leitura	1	7.7
<b>Caminhada/Passeios</b>	4	<b>30.8</b>
Descanso	1	7.7
Infra-estruturas do hotel	1	7.7
Não respondeu	3	23.1
<b>Terceiro lugar</b>		
<b>Piscina</b>	2	<b>15.4</b>
Leitura	1	7.7
<b>Caminhada/Passeios</b>	2	<b>15.4</b>
Televisão	2	15.4
Descanso	2	<b>15.4</b>
<b>Leitura e Caminhadas/Passeios</b>	1	7.7
Não respondeu	3	23.1

**Tabela 16** - Amostra segundo durante a sua estada junto da unidade termal, indique, por ordem de importância, como ocupa o seu tempo livre.

Na variável de opinião acerca da escolha desta estância termal, novamente com escala de 1 a 4 sendo 1 “nada importante” e 4 “muito importante”, os inquiridos responderam entre “importante” e “muito importante” a todos os itens. Relativamente à Infraestrutura termal, das 95.2% de respostas, 50.8% dos respondentes considera-a um fator muito importante no momento de escolha e 44.4% importante. Também 95.2% foi o total obtido para a variável “atendimento geral na unidade termal” com 63.5% dos inquiridos a considerar muito importante e 31.7% importante. Já a satisfação com o *staff* das termas é um fator com um maior número de importância, sendo que das 95.3% de respostas 68.3% considera muito

importante a “atenção da equipa técnica da unidade termal” e 27.0% importante. Não obstante, no que diz respeito à “qualidade do serviço prestado” 79.4% dos respondentes considera muito importante e 17.5% importante. A variável sobre “higiene das instalações” obteve um total de 95.3% de respostas com 81.0% a responder muito importante e 14.3 % importante. Um fator também determinante na decisão é a qualidade/modernidade dos equipamentos utilizados nas sessões termais, onde, novamente, numa percentagem de 93.6 há maior incidência de respostas para a escala “muito importante” (58.7%) e 34.9% para “importante”. Por último, quando questionados acerca da relação entre qualidade e preço das sessões termais propostas, dos 92.1% dos inquiridos, 49.2% considerou esse motivo como importante, ao passo que 42.9% assinalou como muito importante.

<b>Opinião</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Infraestrutura termal</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	28	<b>44.4</b>
<b>Muito importante</b>	32	<b>50.8</b>
Não respondeu	3	4.8
<b>Atendimento geral na unidade termal</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	20	<b>31.7</b>
<b>Muito importante</b>	40	<b>63.5</b>
Não respondeu	3	4.8
<b>Atenção da equipa técnica da unidade termal</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	17	<b>27.0</b>
<b>Muito importante</b>	43	<b>68.3</b>
Não respondeu	3	4.8
<b>Qualidade do serviço prestado</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	11	<b>17.5</b>
<b>Muito importante</b>	50	<b>79.4</b>
Não respondeu	2	3.2
<b>Higiene das instalações termais</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	9	<b>14.3</b>
<b>Muito importante</b>	51	<b>81.0</b>
Não respondeu	3	4.8

<b>Opinião (continuação)</b>	n	%
<b>Qualidade/modernidade dos equipamentos utilizados nas sessões termais</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	22	<b>34.9</b>
<b>Muito importante</b>	37	<b>58.7</b>
Não respondeu	4	6.3
<b>Relação entre qualidade e preço das sessões termais propostas</b>		
Nada importante	0	0.0
Pouco importante	0	0.0
<b>Importante</b>	31	<b>49.2</b>
<b>Muito importante</b>	27	<b>42.9</b>
Não respondeu	5	7.9

**Tabela 17** - Amostra segundo a opinião relativamente à escolha desta estância termal.

Com este estudo, como já referido acima por diversas vezes, quis, sobretudo, perceber quais os principais motivos que levam o cliente a escolher as termas de Unhais da Serra. Mas não podia deixar de o fazer sem, também, questionar acerca dos valores gastos nos tratamentos termais. Deste modo, as três últimas questões do inquérito foram relacionadas com a estimativa gasta e se há participação de alguma entidade, seja pública ou privada. 73% dos inquiridos estima gastar entre 100 a 500€, sendo que 44.4% estima gastar entre 100 a 300€ e 28.6% entre 300 a 500€. Contudo, a maioria dos respondentes, 61.9%, não tem qualquer participação nos tratamentos termais. 34.9% admitem que o tratamento seja participado, pela entidade ADSE<sup>19</sup> ou outra semelhante, e apenas 1.6% tem participação através de uma seguradora privada. A participação estimada é de 5.6%.

Custo total que estima gastar na estada	n	%
<b>100-300€</b>	28	<b>44.4</b>
<b>300-500€</b>	18	<b>28.6</b>
500-1000€	10	15.9
500-1000€	1	1.6
Mais de 1000€	0	0.0
Não respondeu	6	9.5
Total	63	100.0

**Tabela 18** - Amostra segundo o custo total que estima gastar com a sua estada nesta estância termal.

<sup>19</sup> Direção-Geral de Proteção Social aos Trabalhadores em Funções Públicas

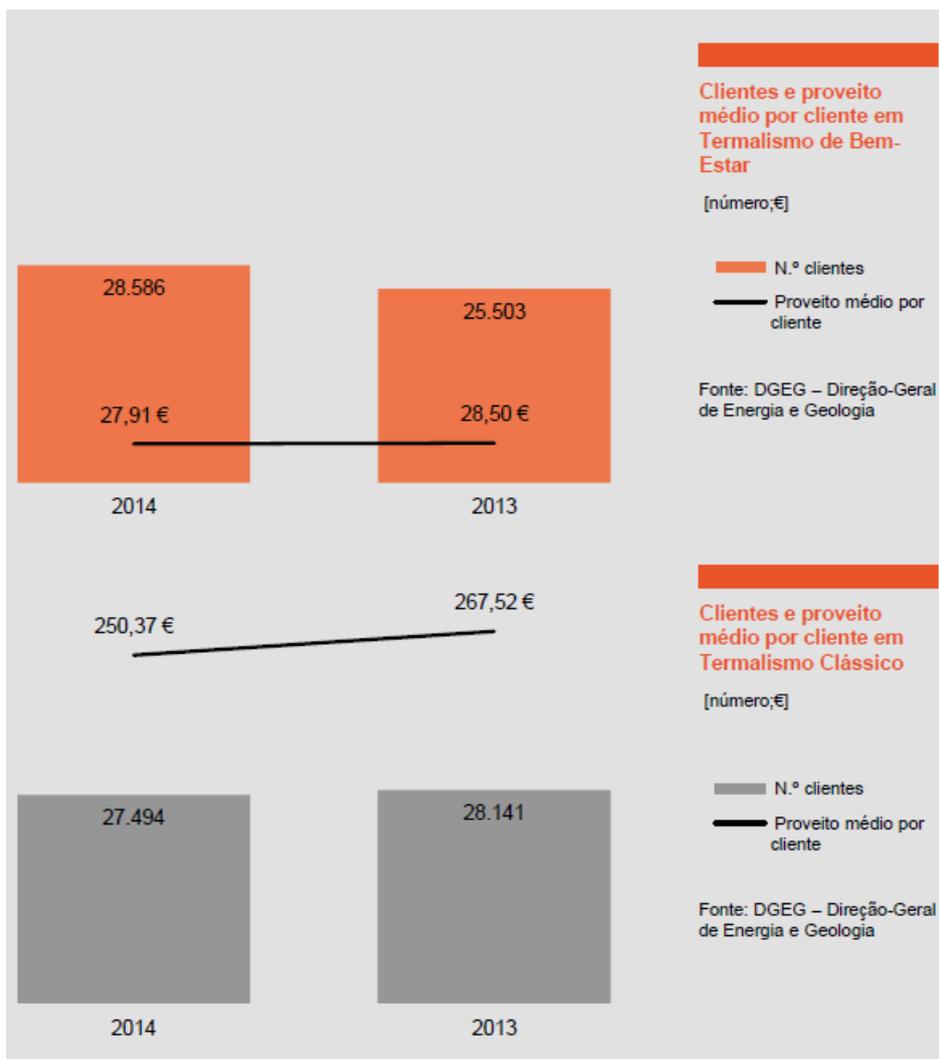
Custos dos tratamentos e/ou estada compartilhados	n	%
<b>Não</b>	39	<b>61.9</b>
<b>Sim, ADSE, ADME ou semelhante</b>	22	<b>34.9</b>
Sim, por uma seguradora privada	1	1.6
Não respondeu	1	1.6
Total	63	100.0

**Tabela 19** - Amostra segundo os custos dos tratamentos termais e/ou a sua estada são compartilhados por alguma entidade pública ou privada.

Comparticipação estimada (em %)	n	%
5	1	4.3
20	1	4.3
25	1	4.3
30	2	8.7
60	1	4.3
70	1	4.3
80	2	8.7
Não respondeu	14	60.9
Total	23	100.0

**Tabela 20** - Amostra segundo a percentagem estimada desta participação (%).

O resultado que obtive no meu estudo acerca da estimativa gasta nos tratamentos termais, entre 100 a 300€, fica dentro dos valores também obtidos pelo relatório de análise do Turismo de Portugal. Os dados demonstrados neste relatório mostram que apesar do termalismo de bem-estar estar num número de procura acima do termalismo clássico, ainda é este último quem gera melhor proveito. O termalismo de bem-estar, em 2014, teve um proveito de 27,26€, ao passo que o termalismo clássico teve um proveito médio gerado por cada cliente de 246,79€.



**Figura 30** - Número de clientes e respetivo proveito médio em termalismo clássico.

Fonte: Turismo de Portugal, 2015

## 4.2. Considerações finais: tendências futuras das vertentes Bem-Estar e Termalismo

O turismo de saúde e bem-estar é, atualmente, um mercado em expansão. O crescente entusiasmo que hoje se verifica pela recuperação da forma, pelo bem-estar e pelos cuidados com o físico, e que a evolução esperada dos modos de vida e da sociedade farão aumentar em simultâneo com o alargamento das motivações turísticas, abre perspectivas cada vez mais vastas ao turismo de saúde.

A procura na vertente de bem-estar será feita, cada vez mais, pela classe adulta/jovem instruída, com rendimentos médios/superiores, predominantemente liderada pelo sexo feminino mas com fortes potencialidades de crescimento masculino, ao passo que a vertente do termalismo poderá sofrer mudanças significativas relativamente ao estereótipo, com aumento de procura do público mais jovem, o que alterará o estereótipo enraizado de que o termalismo é só para os seniores. A procura do *wellness* será, essencialmente, orientada para usufruto de serviços, associada à oportunidade de aprendizagem e manutenção de uma vida saudável e equilibrada, treinando competências promotoras de saúde. Os serviços esperam-se prestados por equipas multidisciplinares de técnicos tais como *personal trainers*, fisioterapeutas, nutricionistas, esteticistas, psicólogos e orientadores espirituais.

As tendências evolutivas na procura deste produto passam pela elevada fragmentação do período de férias, tornando a estada termal clássica pouco compatível com a atividade profissional, o que já sucede, pelo que o perfil do cliente do termalismo clássico manter-se-á a do perfil sénior, entre os 50<sup>20</sup> e 60 anos em idade pós-reforma e o acesso a componentes informativos em saúde continuará a ser de um perfil de elevada/moderada iliteracia em saúde, isto é, baixa prioridade em práticas/investimentos preventivos. Ainda no que diz respeito à tendência evolutiva na procura do turismo de saúde e bem-estar, espera-se uma diversidade de clientes, incluindo aqueles que não procuram alívio para problemas de saúde, ou seja, dispensam a componente curativa que o espaço oferece, segmentando o consumo de acordo com a capacidade económica e pertença cultural; a frequência de visita a um *Spa* aumentará, o cliente terá o cuidado de procurar o produto a nível de exercícios e propostas que melhorem a sua aparência, revitalizando o corpo e a mente e de modo a que seja possível relaxar e fugir do stress, do quotidiano laboral e familiar.

---

<sup>20</sup> Embora só seja considerado sénior a partir dos 65, há já um número elevado de população de faixa etária 40-50 a usufruir de tratamentos termais.

Esta tendência de futuro leva, no presente, a novos valores na procura de cuidados de saúde e bem-estar, entre os quais: a consciência da incerteza da vida que incute preocupações quotidianas de curto prazo, e hedonistas, com valorização da felicidade pessoal e do lazer, a valorização absoluta de valores de juventude e autonomia (fobia do envelhecimento e dependência), a consciência da importância da aparência física, da forma, do aspeto estético e da sensibilidade dos padrões de beleza e da imagem exterior face ao olhar o outro, a necessidade de afirmação, do *status*, através da vivência pessoal de espaços distintivos, quer ao nível da esfera privada quer ao nível da esfera profissional; o culto da saúde, da juventude e do equilíbrio psicológico, associados à valorização de estilos de vida que potenciam a sensação de viver mais e melhor, ou seja, senioridade saudável e mimetizada e difundida pelos *media* e figuras públicas.

São estes novos valores que marcam uma nova atitude individualista e narcísica de mulheres e homens, sobretudo urbanos, pois é nos espaços urbanos onde se observa uma elevada sensibilidade à estética, à aparência, à moda, ao uso de ícones e de marcas, a jogos de sedução envolvendo adultos e jovens adultos, onde já é possível denotar um novo comportamento e uma nova atitude para com a vivência e gratificação sexual.

Em suma, espera-se que o turismo de saúde e bem-estar seja uma consolidação de uma nova relação com o corpo e com a linguagem corporal, notando-se, cada vez mais, ousadia e afirmação no ser humano.



## **Capítulo 5 – Conclusão**

O turismo em Portugal é visto, cada vez mais, como uma peça fundamental para o desenvolvimento económico e, de momento, o melhor negócio em que seguramente é possível apostar-se, uma vez que o contributo para o PIB é de 5,8% e de 7,2% para o emprego direto, enquanto a nível mundial, a média é de 2,9% e de 3,4% (Conselho Mundial de Viagens e Turismo, 2014).

Concluído o meu trabalho, posso argumentar que o turismo de saúde afirma-se como um dos maiores e mais importantes segmentos turísticos e que, a curto/médio prazo, tenderá a exibir taxas de crescimento mais rápidas do que outros segmentos de oferta, principalmente se as unidades hoteleiras continuarem a apostar na qualificação e comunicação.

Com o aumento da esperança média de vida, e crescente importância da estética e dos hábitos de vida saudável, é fundamental que os diversos atores se dediquem à oferta de produtos ligados à saúde e ao bem-estar para atrair o cliente nos seus pacotes turísticos de lazer e que as estâncias termais se modernizem e se adaptem às novas condições e às tendências atuais, procurando chegar a todo o tipo de público.

Do meu estudo de caso, concluo que o perfil do aquista desta estância termal vai ao encontro do estereótipo do termalista clássico, isto é, ainda se mantém na faixa etária a partir dos 55 anos e, na maioria, a atividade termal é realizada para fins de melhoria de patologia já identificada. Os clientes frequentam as termas de Unhais da Serra por uma questão de localização mas não obstante, avaliam o balneário, a equipa técnica e os equipamentos com nota positiva. No que diz respeito aos clientes hospedados, do período em que ocorreu o estágio e do que pude observar, quase 100% dos clientes visita o hotel com fins de lazer, recorrendo para isso aos serviços de bem-estar, numa vertente de prevenção e cuidado com o corpo e não de doença/cura.

Este estudo foi feito no âmbito da realização de um estágio curricular num complexo hoteleiro que integra um balneário termal, onde consequentemente me foi dada a oportunidade de conhecer todo o funcionamento e logística de uma realidade nova para mim, pois até à realização do meu estágio desconhecia a potencialidade que o turismo de saúde e bem-estar pode ter no mercado económico. Com as devidas infraestruturas, instalações e equipamentos adequados, uma equipa médica devidamente especializada e uma equipa prestável de funcionários, o turismo de saúde e bem-estar pode gerar um elevado número de receitas, para além de revitalizar o corpo, a mente e o espírito do cliente. Neste estágio ganhei alicerces para, no futuro, poder trabalhar na área aqui desenvolvida.

## Bibliografia e Webgrafia

Antunes, João Lobo (2003), *A profissão de médico*. Análise social vol. XXVIII (166) 77-99.

Acciaiuoli, Luiz (1944), *Águas de Portugal, Minerais e de Mesa. História e bibliografia*. (6 volumes) Lisboa: Direção Geral de Minas e Serviços Geológicos.

Associação Termas de Portugal (2009). *Manual de Boas práticas dos estabelecimentos termais*.

Bourdeau, Philippe (2009), *Mountain Tourism in a Climate of change*, Institute of Alpine Geography, University of Grenoble.

Cavaco, Carminda; Medeiros, Carlos A. (2008), *Turismo de saúde e bem-estar, termas SPAS termais e talassoterapia*, Lisboa, Col. Estudos e Documentos 15, Universidade Católica Portuguesa.

Cunha, Licínio (2006), *Turismo de Saúde – conceitos e mercados*, Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Estudo e Ensaio, nº.10, 79-84.

Ferreira, Claudino (1994), *Os usos sociais do termalismo: práticas, representações e identidades sociais dos frequentadores das termas de Curia*. Tese de mestrado, Coimbra, Faculdade de Economia de Coimbra.

Hill, Margarida; Hill, Andrew (2009). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.

IMTT (2014), *Relatório de Monitorização da Rede Rodoviária Nacional – 2012 e 2013*, Lisboa, Instituto da Mobilidade e dos Transportes, IP.

Mueller, Hansruedi; Kaufmann, Eveline Lanz (2001), *Wellness tourism: market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry*, Journal of vacation marketing, vol. 7 nº.1, s 5-17.

Narciso, Armando (1940), *A medicina social nas termas*, Lisboa, Ed. Médica.

Quintela, Maria Manuel (2004). *Cura termal: Entre as práticas “populares” e os saberes “científicos”*. (PDF).

Quivy, Raymond (2005), *Manual de investigação em ciências sociais*, Lisboa 4ª.Ed., Gradiva.

Sharma, K.K. (2005), *Tourism and Development*, New Delhi: Sarup & Sons.

Controlinveste (2015), *Termas e Spas*. (PDF). Turismo de Portugal. In: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal (2015), *Termas em Portugal 2014 Caracterização da oferta e da procura*. (PDF). In: <http://www.turismodeportugal.pt/>

<http://www.aquadome.com.pt/?cix=628&lang=1> (acedido a 03 de abril de 2016)

<http://www.aquadome.com.pt/?cix=639&old=197&lang=1> (acedido a 03 de abril de 2016)

<http://www.aquadome.com.pt/?cix=593&lang=1> (acedido a 03 de abril de 2016)

<http://www.naturaimbhotels.com/?cix=587> (acedido a 12 de maio de 2016)

<http://www.termascentro.pt/pt/medical> (acedido a 15 de maio de 2016)

<http://www.termascentro.pt/pt/familia> (acedido a 15 de maio de 2016)

<http://www.termascentro.pt/pt/corporate> (acedido a 15 de maio de 2016)

<http://www.icnf.pt/portal/turnatur/visit-ap/pn/pnse/inf-ger> (acedido a 26 de maio de 2016)

<http://www.publituris.pt/2008/04/17/imb-adopta-nova-designacao-natura-imb-hotels/> (acedido a 26 de maio de 2016)

<http://experienceispa.com/resources/spa-goers> (acedido a 01 de junho de 2016)

<https://www.publico.pt/economia/noticia/turismo-pesa-mais-no-emprego-e-na-economia-em-portugal-do-que-no-resto-do-mundo-1629417> (acedido a 02 de junho de 2016)



## **Anexos**

## Anexo I - Flyer *Aquacorpus* – massagens de relaxamento, tratamentos de corpo e rosto

<h3>TÉCNICAS DE MASSAGEM</h3> <h4>MASSAGE TECHNIQUES</h4> <p><b>Relaxante (50 min)*60,00€ - Relaxing</b></p> <p>Indicada para aliviar a tensão muscular e o stress, proporciona uma perfeita harmonia e equilíbrio do corpo e da mente.</p> <p><b>Terapêutica (25 min) 35,00€ - Therapeutic</b></p> <p>Executada com óleos essenciais que equilibram o sistema nervoso. Tem ação relaxante muscular e <i>anti-stress</i>. Estimula o sistema imunitário e cardiovascular.</p> <p><b>Massagem com Pindas (75 min)*65,00€ - Pindas Sweda Ritual</b></p> <p>Massagem neuro sedante, com pindas que contêm plantas medicinais, que em sinergia com óleos essenciais aliviam o stress e promovem o relaxamento e o equilíbrio energético.</p> <p><b>Terapia Pedras Quentes (75 min)*65,00€ - Hot Stone Therapy</b></p> <p>Terapia milenar que harmoniza o corpo e a mente. A massagem das pedras quentes em sinergia com óleos essenciais naturais promovem um completo relaxamento e equilíbrio.</p> <p><b>Massagem de Velas (50 min)* 65,00€ - Candle Massage</b></p> <p>Aprece a agradável sensação das fluídas gotas de manteiga vegetal que chegam à sua pele com um doce calor. Massagem baseada no toque relaxante que alivia a tensão libertando o stress.</p> <p><b>Drenagem Linfática Manual (50 min) 60,00€ - Lymphatic Drainage</b></p> <p>Técnica destinada a melhorar o funcionamento do sistema linfático, fundamental para promover uma melhor circulação. Facilita a eliminação das toxinas.</p> <p>* Estas técnicas de massagem podem ser executadas em simultâneo no mesmo gabinete (sujeito a disponibilidade).</p> <h3>TRATAMENTOS DE CORPO</h3> <h4>BODY TREATMENTS</h4> <p><b>Terapia Anti-Stress (60 min) 60,00€ - Anti-Stress Therapy</b></p> <p>Deixe-se envolver pelas lamas que contêm algas vermelhas ricas em oligoelementos, benéficas para a redução da tensão muscular, fadiga e stress. Promove o reequilíbrio do corpo e da mente.</p>	<p><b>Esfoliação Nutritiva (30 min) 40,00€ - Body Scrub Nourishing</b></p> <p>Liberta a pele das impurezas, tem ação nutritiva e anti fadiga. As sementes de Chia promovem a desintoxicação e o extrato Capuchinha melhora a oxigenação do tecido cutâneo deixando a pele uniforme firme e cuidada.</p> <p><b>Peeling Vulcânico (30 min) 45,00€ - Volcanic Scrub</b></p> <p>Esfoliante único, com partículas de riólito vulcânico, que em sinergia com a manteiga de karité e óleo de jojoba permitem uma esfoliação suave. Estimula a regeneração celular, alisa e luminosidade à pele.</p> <p><b>Personalizado – Loc. (60 min) 60,00€ - Personalized Local</b></p> <p>Específico de acordo com as necessidades da pele. Tire partido dos benefícios deste tratamento com ativos naturais que reforçam as defesas da pele, promovem a regeneração celular e a integridade tecidual.</p> <p><b>Anticelulite (75 min) 65,00€ - Cellulite - Body Strategist</b></p> <p>Tratamento eficaz com lama de origem marinha, com ativos naturais como, extrato de quinoa, carnitina e <i>seanamin</i>* estimulam a microcirculação favorecendo uma melhor drenagem e redução da celulite.</p> <p><b>Adelgaçante (75 min) 65,00€ - Remodeler</b></p> <p>A ação termogénica, estimula a microcirculação favorecendo a absorção dos ingredientes ativos com ação lipolítica. Ativos como a carnitina, caféina e extratos de algas, reduzem a adiposidade localizada. Remodela a silhueta e a pele fica tonificada.</p> <p><b>SPA Pés (50 min) 42,50 € - Foot SPA</b></p> <p>Tratamento purificante e descongestionante. Esfoliação e massagem com óleos essenciais de laranja amarga e limão. Sinta a agradável sensação de alívio e frescura. Os seus pés merecem!</p> <p>Receba ainda o toque especial da massagem às mãos, cortesia da sua terapeuta.</p> <h3>TRATAMENTOS DE ROSTO</h3> <h4>FACE TREATMENTS</h4> <p><b>Personalizado (60 min) 58,00€ - Personalized Face</b></p> <p>Especificamente ajustado às necessidades da pele. A sinergia de ativos naturais vão equilibrar, tonificar o tecido cutâneo, dando uma excelente sensação de elasticidade, luminosidade e conforto.</p>
--	--

## Anexo II – Flyer Aquatermas e Aquafisio

### AQUATERMAS AQUADOME

Um Balneário termal de raiz, que utiliza na realização dos seus tratamentos a água mineral natural de Unhais, reconhecida pelas suas vocações terapêuticas.

#### EQUIPAMENTOS DISPONÍVEIS:

- Piscina termal com hidromassagem
- Corredor de marcha
- Banheiras de hidromassagem
- Duches Vichy
- Hidroressoterapia
- Bertholaix
- Sala de vias respiratórias (adultos e crianças);
- Estufas de vapor (coluna e membros)
- Duche escocês, etc.

#### VOCAÇÕES TERAPÊUTICAS:

**Vias Respiratórias/ORL:** Rinites alérgicas; Sinusites; Laringites; Adenoidites; Asma brônquica e alergia e DPOC.

**Reumatismos/Doenças Músculo-Esqueléticas e Sequelas de Traumatismos osteo-Articulares:** Osteoartroses, Reumatismos inflamatórios e abarticulares (ombro doloroso, nevralgias e cialgias); Entorses e Sequelas de fraturas.

**Doenças do Aparelho Digestivo:** Síndrome do cólon irritável (espástica e obstipante).

**Doenças do Aparelho Circulatório:** Síndrome hemorroidário e Insuficiência vascular periférica (membros inferiores).

#### CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS DA ÁGUA:

« A água mineral de Unhais da Serra é uma água de circulação muito profunda, com origem na mais alta montanha de Portugal Continental, a Serra da Estrela. O seu quimismo resulta essencialmente da percolação através das rochas graníticas, sendo designada por água bicarbonatada sódica, carbonatada, fluoretada e sulfidratada, vulgarmente designada por águas sulfúreas.

Apresenta uma mineralização total de cerca de 280 mg/l, condutividade de 300 Scm-1 aproximadamente entre 8.5 e 8.8, com temperaturas de emergência na ordem de 38°C.»

### AQUAFISIO AQUADOME

Área centrada na prevenção, reeducação e reabilitação de incapacidades originadas por disfunções neuro-músculo-esqueléticas, agindo de forma cuidada e com tratamentos personalizados. Terapêuticas específicas e providos com os melhores equipamentos, aliado à água Termal de Unhais da Serra, fazem do AquaFisio um espaço de referência na área da fisioterapia.

### AQUATERMAS AQUADOME

#### PREÇO UNITÁRIO

Serviços 2015	1ª Consulta	2ª(s) Consultas
INSCRIÇÃO	GRÁTIS	GRÁTIS
CONSULTA MÉDICA TERMAL *	35.00 €	GRÁTIS
CONSULTA DE ORTOPIEDIA	65.00 €	45.00 €
CONS. MÉDICA TERMAL *+ ORTOPIEDIA	80.00 €	45.00 €
CONSULTA NUTRIÇÃO	40.00 €	30.00 €
	Mar. a Mai. e Out. a Nov.	Jun. a Set.
<b>TÉCNICAS DE IMERSÃO</b>		
BANHO GERAL DE IMERSÃO	4.50 €	5.50 €
BANHO GERAL DE IMERSÃO C/ SUB.	7.50 €	8.50 €
BANHO PARCIAL PHLEBOTONE	5.50 €	6.00 €
AEROBANHO	6.50 €	7.75 €
HIDROMASSAGEM	7.25 €	8.50 €
CORREDOR DE MARCHA	6.00 €	6.75 €
HIDRORESSOTERAPIA	7.00 €	7.50 €
<b>TÉCNICAS DE DUCHE</b>		
DUCHE ESCOCÊS	7.00 €	7.50 €
DUCHE CIRCULAR	4.75 €	5.00 €
DUCHE PERIANAL	5.50 €	6.25 €
DUCHE MASSAGEM VICHY (2 mãos)	13.00 €	15.00 €
DUCHE MASSAGEM VICHY (4 mãos)	21.50 €	24.00 €
DUCHE MASSAGEM AIX	14.00 €	15.50 €
<b>TÉCNICAS EM PISCINA</b>		
HIDROMASSAGEM	9.00 €	9.00 €
HIDROGINÁSTICA	9.00 €	9.00 €
<b>TÉCNICAS DE VAPOR</b>		
VAPOR PARCIAL MEMBROS	5.25 €	6.00 €
VAPOR PARCIAL À COLUNA	6.75 €	7.25 €
BERTHOLAIX	8.25 €	8.75 €
<b>VENTILOTERAPIA/TÉC. DE ORL/VIAS RESPIRATÓRIAS</b>		
IRRIGAÇÃO NASAL	5.00 €	5.50 €
DUCHE NASAL	5.00 €	5.50 €
NEBULIZAÇÃO QUENTE	5.00 €	5.50 €
AEROSSOL TERMAL/SÓNICO/IÓNICO	5.00 €	5.50 €
INALAÇÃO	5.00 €	5.50 €
<b>OUTRAS TÉCNICAS **</b>		
MASSAGEM TERAPÊUTICA 30'	23.00 €	25.50 €
MASSAGEM TERAPÊUTICA LOCALIZADA 15'	15.00 €	15.00 €
SERVIÇO DE ENFERMAGEM	CONSULTE CONDIÇÕES NO SITE	

#### ★ OFERTAS E OUTRAS CONDIÇÕES ESPECIAIS NO VERSO

\* Válida para o ano civil (consultas médicas termais repetentes gratuitas).

\*\* Informações sobre toda a nossa oferta de tratamentos e massagens disponível em [www.aquadome.com.pt](http://www.aquadome.com.pt).

Preço sujeito a alterações sem aviso prévio.

Serviços incluem IVA à taxa legal em vigor.

## Anexo III - Flyer Tratamentos e Rituais de Bem-Estar de Spa Termal

### TRATAMENTOS

#### Hidromassagem (15 min.)

Banho que utiliza em simultâneo a energia dinâmica da água, proporcionando uma massagem com intensidade variável. Tem uma acção calmante e benéficos ao nível da derme.

8,50€

#### Aerobanho (15 min.)

Banho relaxante com jactos de ar que incidem no corpo através do movimento da água. Proporciona um relaxamento muscular e uma sensação de descontração e bem-estar.

7,50€

#### Hidropressoterapia (12 min.)

Jactos de água muito finos ao nível dos membros inferiores e abdómen, no sentido ascendente, com alternância de temperatura e de pressão. Estimula a circulação sanguínea, favorecendo a eliminação e prevenção da celulite.

9,00€

#### Duche Escocês (08 min.)

Massagem revigorante, efectuada através de um jacto de água quente que incide no corpo de forma ritmada e intensa. Ideal para revitalizar e tonificar os músculos.

9,00€

#### Duche Massagem Vichy (2 mãos) (15 min.)

Duche com 5 chuveiros posicionados sequencialmente por cima do corpo, complementado com massagem manual ritmada (um terapeuta).

18,50€

#### Duche Massagem Vichy (4 mãos) (15 min.)

Duche com 5 chuveiros posicionados sequencialmente por cima do corpo, complementado com massagem manual ritmada e sincronizada por dois terapeutas.

28,50€

#### Bertholaix (12 min.)

O benefício do calor quente e húmido na região cervical, coluna e anca. Proporciona um relaxamento geral e descontração dos músculos.

9,50€

### RITUAIS TERMAIS

#### Vichy Esfoliante Aquadome (4 mãos) (15 min.)

Combinação perfeita de esfoliação com massagem duche vichy. Ajuda a remover as células mortas libertando a pele das impurezas. Acetina a pele, dá tonicidade aos tecidos, activa a circulação. Uma envolvente de aroma fresco da montanha proveniente da erva-limão.

34,00€

#### Vichy Flores da Serra, com Lavanda (4 mãos) (15 min.)

Massagem que alia as características da água com o óleo essencial de lavanda selvagem da serra proporcionando o relaxamento natural do corpo e da mente.

31,00€

#### Vichy Laranja e Canela (4 mãos) (15 min.)

Caracteriza-se por ser uma massagem envolvente e quente com acção relaxante e anti-stress. Os aromas de laranja e canela envolvem o corpo e os sentidos.

34,00€

#### Vichy Cacau e Menta (4 mãos) (15 min.)

O agradável toque da água quente, a sensação de frescura proporcionada pela menta e o cacau, com as suas propriedades hidratantes fazem desta massagem um ritual de aromas.

32,00€

#### Banho Aromas da Serra da Estrela (15 min.)

Banho com uma envolvente aromática das plantas da Serra associado às propriedades da água termal. A combinação perfeita para o relaxamento e bem-estar geral.

12,50€

#### Banho de Algas (15 min.)

Deixe-se massajar pela água, numa sinergia perfeita dos benefícios ancestrais da água termal e das propriedades desintoxicantes e drenantes das algas. O ritual ideal para quem deseje uma pele saudável e suave.

14,00€

#### Banho Laranja e Canela (15 min.)

Desfrute de um banho com o aroma suave e doce da casca de laranja, com a envolvente quente e confortante da canela. Relaxe corpo e mente, enquanto devolve vitamina C à sua pele deixando-a mais luminosa e perfumada.

13,50€

#### Banho Cacau e Menta (15 min.)

Baseado na antiga bebida Inca, o banho de Cacau e Menta é preparado com cacau puro, altamente hidratante e nutritivo. A menta devolve vitalidade interior e deixa o corpo leve e fresco. Proporcione uma envolvente única e sensorial, reequilibrando e energizando a sua pele.

14,00€

#### Banho Vinoterapia (15 min.)

O segredo da envolvente deste ritual assenta no poder antioxidante das uvas. A riqueza dos polifenóis, têm uma acção anti-envelhecimento e protectora da elasticidade da pele, equilibrando e estimulando as suas funções naturais. Deixe embriagar os seus sentidos...

12,50€

#### Banho Chá Verde e Menta – Desintoxicante (15 min.)

Banho desintoxicante, promove a eliminação dos líquidos e toxinas do organismo. A menta confere ao corpo a sensação de frescura e leveza, combatendo a sensação de pernas cansadas.

13,50€

## Anexo IV - Inquérito



FLUC FACULDADE DE LETRAS  
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

### Questionário

O presente questionário integra-se numa investigação orientada para a **compreensão das motivações dos termalistas**, no âmbito do Mestrado em *Lazer, Património e Desenvolvimento*, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Todas as respostas que lhe solicitamos são confidenciais e destinam-se a utilização exclusivamente académica.

#### 1. Género:

- Masculino  
 Feminino

#### 2. Idade:

\_\_\_\_ Anos

#### 3. Habilitações Literárias:

- Ensino Básico     Ensino Secundário     Bacharelato     Licenciatura      
Mestrado  Doutoramento  
 Outra \_\_\_\_\_

#### 4. País de residência actual:

\_\_\_\_\_

#### 5. Concelho de residência actual:

\_\_\_\_\_

#### 6. É a primeira vez que procura uma estância termal?

- Sim  
 Não

**7. A procura de cuidados termais ocorre por:**

- Iniciativa própria;     Por conselho de amigos/familiares;
- Conselho médico;     Por informação colhida na comunicação social (TV, revistas...);
- Outros.

Quais? \_\_\_\_\_

**8. Qual o principal motivo que originou a procura desta estância termal?**

- Prevenção de doença
- Melhoria de sinais/sintomas de doença já identificada
- Manutenção/Melhoria de estado de saúde
- Questões estéticas
- Lazer
- 

Outra: \_\_\_\_\_

**9. Qual a altura do ano em que lhe é mais conveniente fazer o tratamento termal?**

- Verão (julho-setembro)
- Outono (outubro – novembro)
- Primavera (abril – junho)
- Inverno (dezembro- março)

**9.1. Indique a razão:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**10. Por favor, utilizando uma escala de 1 a 4, em que 1 se considera “Nada Importante” e 4 “Muito Importante”, coloque uma cruz nos principais motivos que orientam a sua preferência por esta estância termal:**

Motivo	1- Nada Importante	2-Pouco Importante	3- Importante	4-Muito Importante
Qualidade medicinal da água termal e a sua importância para a patologia (doença) em causa;				
Paisagem natural e arquitetura da estância termal;				
Presença de amigos e/ou familiares em simultâneo na estância termal;				

Tradição familiar relacionada com a frequência destas termas;				
Usufruir de repouso e tranquilidade;				
Qualidade das instalações e da equipa termal				

**10.1** Outro motivo:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**11. Para a prática da cura termal costuma vir sozinho/a ou acompanhado/a por algum amigo/familiar?**

- Sozinho/a;  Acompanhado por amigo/familiar  Não Aplicável

**11.1 Se acompanhado, a outra pessoa também faz tratamentos termais?**

- Sim  Não

**11.2 Em caso negativo na questão anterior, utiliza outros serviços oferecidos por esta estância termal?**

- Sim  Não

Quais? \_\_\_\_\_

**12. Indique qual a modalidade de alojamento escolhida durante a cura termal:**

- Alojamento no H2OTEL;  Alojamento em outra unidade hoteleira;
- Alojamento em residência local (quarto/apartamento);  Utilização de casa de familiares/amigos;
- Deslocação diária para a minha residência;  Habitação própria

**13. No caso de permanecer alojado, por favor indique o número de dias: \_\_\_\_\_ dias**

**14. Durante a sua estada junto da unidade termal indique, por ordem de importância (tempo gasto/frequência), como ocupa o seu tempo livre:**

1º \_\_\_\_\_

2º \_\_\_\_\_

3º \_\_\_\_\_

**15. Gostaríamos que partilhasse a sua opinião relativamente à escolha desta estância termal, colocando uma cruz nos seguintes itens numa escala de 1 a 4, em que 1 se considera “Nada Importante” e 4 “Muito Importante”:**

Item	1- Nada Importante	2-Pouco Importante	3- Importante	4-Muito Importante
Infraestrutura termal				
Atendimento geral na unidade termal				
Atenção da equipa técnica da unidade termal				
Qualidade do serviço prestado				
Higiene das instalações termais				
Qualidade/modernidade dos equipamentos utilizados nas sessões termais				
Relação entre qualidade e preço das sessões termais propostas				

**16. Por favor, indique o custo total que estima gastar com a sua estada nesta estância termal:**

- 0 - 100€    
 100 - 300€    
 300- 500€    
 500- 1000€    
 Mais de 1000€

**16.1 Os custos dos tratamentos termais e/ou a sua estada são comparticipados por alguma entidade pública ou privada?**

- Não  
 Sim, ADSE, ADME ou semelhante  
 Sim, por uma seguradora privada

**16.2 Por favor, Indique a percentagem estimada desta comparticipação: \_\_\_\_\_%**

**Obrigada!**