



# Turismo de Saúde em Portugal

Lisboa, Março de 2012

**Objectivo: Captar uma parte do mercado de Turismo de Saúde e tirar partido das oportunidades criadas pela directiva europeia relativa à livre circulação de doentes que previsivelmente entrará em vigor em 2013**


## Contexto de mercado

- **Portugal tem condições de base atractivas** (e.g. proximidade a mercados emissores europeus; estabilidade política, segurança, integração na zona euro, destino turístico de eleição, boas infra-estruturas médicas e hoteleiras, recursos médicos de qualidade) **mas não é internacionalmente reconhecido em nada de específico no que diz respeito ao sector da Saúde**
- **Concorrência a nível global**, com países de destino que assentam a sua estratégia de diferenciação em um (ou mais) dos seguintes aspectos:
  - **Competência Intrínseca**, i.e. países globalmente competentes em que o mercado reconhece naturalmente a sua capacidade e os seus centros de excelência (p.ex. Alemanha, Inglaterra e Estados Unidos da América);
  - **Especialização em Produtos Clínicos** (p.ex. Hungria e Rep. Checa: medicina dentária, reabilitação, SPA; Turquia: cirurgia plástica, med. dentária, infertilidade, cirurgia ortopédica; Malta e Chipre: oftalmologia, med. dentária, cir. plástica, cir. geral e ortopédica; Brazil: cir. plástica)
  - **Preço** (p.ex. Índia, Tailândia, Filipinas, e Turquia)

## Principais Conclusões do estudo

---

- Grande parte do negócio é regional (curtas distâncias)
- Muitos clientes não procuram o destino mais barato
- O top 3 dos destinos europeus são os mais caros (Alemanha, Inglaterra e França)
- Os EUA têm um volume idêntico de actividade *inbound* e *outbound*
- Alguns dos países mais bem sucedidos têm uma postura low profile e, na maioria dos casos, não dependem de uma oferta baseada apenas no preço
- A indústria encontra-se fragmentada em áreas de especialidade e segmentos de clientes



**Portugal pode ser um *player* no mercado do Turismo de Saúde, se adoptar um posicionamento correcto em termos de oferta de produtos e apostar nos mercados emissores de eleição**

# O que está a ser feito para desenvolver o mercado de Turismo de Saúde em Portugal

- Lançamento de uma **iniciativa multisectorial conjunta**, liderada pela AEP (Associação Empresarial Portuguesa) e pelo Health Cluster Portugal, apoiada pelo QREN, envolvendo operadores de referência a nível Hospitalar, Hoteleiro e de Investigação, com vista a **definir e implementar uma estratégia de actuação colectiva que permita penetrar no mercado do Turismo de Saúde**
- Com esta iniciativa pretende-se, entre outros aspectos, definir:
  - **Que produtos** deverá ter a oferta Portuguesa *core* e alargada (p.ex. combinação saúde+hotelaria+lazer)
  - **Que mercados privilegiar** (Europeus? Quais?)
  - **Quais os clientes alvo** (Institucionais? Retalho?)
  - **Quais os canais de distribuição/referenciação**
  - **Que pricing?**