

destinations : wellbeing tourism

detour 



Recurso 1

Como as regiões podem explorar a megatendência do turismo de bem-estar

Este projeto foi financiado com o apoio da Comissão Europeia. Esta publicação [comunicação] reflete apenas a opinião do autor, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas 2019-1-UK01-KA202-061904

 @WellbeingTourismDestinations [#detourdestinations](#) [#erasmusplus](#)

www.detourproject.eu



Índice

Secção 1: Introdução ao DETOUR: Recurso 1

Secção 2: Introdução ao turismo de bem-estar - Uma megatendência do futuro

Turismo de bem-estar - Contextualização

Secção 3: Definição de turismo e turistas de bem-estar

- Turismo de bem-estar - Definições das investigações académicas
- Diferença entre turismo de bem-estar e turismo médico
- Quem são os viajantes de bem-estar?

Secção 4: O turismo de bem-estar é uma megatendência

- A revolução e a economia globais do bem-estar
- As megatendências estão a transformar o turismo

Secção 5: Oportunidades de megatendências de turismo de bem-estar que as regiões podem explorar

Oportunidade 1 Tornar-se um destino ou região competitiva

1. **Estudo de caso:** A Islândia tira partido da sua localização única e dos seus recursos naturais transformando-a num destino de bem-estar competitivo

Oportunidade 2 Benefícios para comunidades e outros setores

2. **Estudo de caso:** A nova campanha de turismo de bem-estar da Eslovénia integra-se com outros setores de bem-estar e megatendências

Oportunidade 3 Benefícios indiretos para PME e serviços

Oportunidade 4 Turismo responsável e sustentável

Oportunidade 5 Tirar partido das experiências existentes

3. **Estudo de caso:** Irlanda encontra regiões galardoadas utilizando os prémios europeus EDEN
4. **Estudo de caso:** A Adventure Sligo da Irlanda e as PME de bem-estar no noroeste posicionam Sligo como uma região de bem-estar

Oportunidade 6 Diferenciação de destino

5. **Estudo de caso:** Escócia integra as campanhas de "aventura calma" e "bem-estar da mente, corpo e alma" nos seus destinos e regiões de bem-estar

Oportunidade 7 Diversificação de experiências

6. **Estudo de caso:** A Eslovénia transforma a sua indústria de *spa* e relaxamento bem desenvolvida em experiências de bem-estar inesquecíveis

Oportunidade 8 Exploração de um novo nicho de viajantes

Oportunidade 9 O turismo de bem-estar oferece novos tipos de experiências em festivais e eventos

Secção 6: Conclusão





Secção 1: Introdução ao
estar
DETOUR: Recurso 1



Secção 2: Introdução ao turismo de bem-
- Uma Megatendência do futuro



Secção 3: Definição de turismo e
turistas de bem-estar



Secção 4: O turismo de bem-estar
é uma megatendência



Secção 5: Oportunidades de
Megatendências de turismo de bem-estar
que as regiões podem explorar



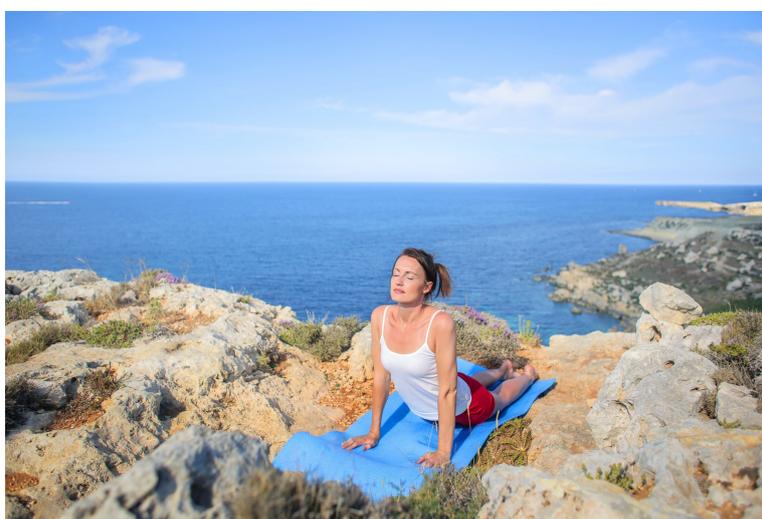
Secção 6: Conclusão



Secção 1: Introdução ao DETOUR: Recurso 1

O turismo de bem-estar é uma megatendência que, quando gerido, pode beneficiar a interligação social e económica de regiões, a dívida pública e privada, a sustentabilidade, a sustentabilidade ambiental, a prosperidade económica e o bem-estar social. Tem o potencial de desbloquear oportunidades sociais e económicas, gerindo infraestruturas e recursos naturais, já que o "excesso de turismo" (*overtourism*) continua a ser um desafio para muitos destinos populares. Para se manterem no topo da tendência do bem-estar, as empresas, regiões e governos europeus estão cada vez mais atentos ao turismo de bem-estar para diversificar o seu setor turístico, criar um nicho único, reduzir a sazonalidade e trazer mais benefícios para as suas comunidades locais e pequenas empresas. Este recurso começa com uma visão geral do turismo de bem-estar, define-o como um setor, seguidamente define o turista de bem-estar, explica como o turismo médico não é turismo de bem-estar e, nessa sequência, explica como faz parte da crescente economia do bem-estar e como, enquanto megatendência, está a transformar o turismo.

As megatendências precisam de ser monitorizadas e consideradas, pois frequentemente trazem desafios novos e invisíveis, ameaças e oportunidades, cujos impactos podem afetar as economias, regiões e o setor de turismo como um todo. Na secção principal (Secção 5) analisamos diferentes oportunidades sobre como as empresas, as regiões e os governos europeus podem considerar, planejar, desenvolver e explorar com sucesso esta megatendência sustentável. Os estudos de caso incluídos neste recurso centram-se em diferentes contextos, entre eles a forma como as regiões se podem adaptar, diversificar, diferenciar, desenvolver as suas próprias oportunidades regionais e navegar por diferentes desafios do turismo de bem-estar nas suas regiões.



O turismo de bem-estar é o setor de viagens com um maior crescimento

Lonely Planet Jan [2018](#)



Secção 2: Introdução ao turismo de bem-estar - Uma megatendência do futuro

Turismo de bem-estar - Contextualização

O turismo de bem-estar, um fenómeno global do século XXI, tornou-se imperativo para o desenvolvimento bem-sucedido dos destinos de turismo de saúde. Milhões de turistas viajam diariamente para destinos em todo o mundo, com um objetivo - preservar e melhorar a sua saúde mental e física. O mercado turístico caracteriza-se por mudanças intensas, pelo que a tarefa da gestão dos destinos de turismo de saúde é acompanhar atentamente essas mudanças, para poder ajustar a sua oferta às tendências atuais. Desta forma, consegue-se a criação de um produto de turismo de saúde integral, que vai ao encontro das necessidades dos clientes contemporâneos, cada vez mais exigentes e sofisticados. O turismo de bem-estar é importante na oferta contemporânea de destinos de turismo de saúde. (Referência: *Wellness Tourism – Competitive Basis of European Health Tourism Destination*)

O bem-estar transformou-se numa forma de vida para a maioria de nós e muitos desejam estender este tipo de vida às nossas férias e explorar novas formas de melhorar o nosso bem-estar e a nossa saúde; isto inclui saúde mental e relaxamento físico, encontrar paz interior, ter um corpo e espírito saudáveis e livres de *stress*. Portanto, os destinos e oportunidades de turismo de saúde estão em ascensão para dar resposta a estes mercados cada vez mais exigentes.

O turismo de bem-estar é um inegável setor turístico emergente com uma escala global evidente e impactos económicos de grande alcance. Mais importante ainda, a consciencialização e a procura por turismo de bem-estar aumentaram drasticamente, particularmente com os recentes acontecimentos da Covid-19. "Difícilmente mencionado como uma categoria de turismo há apenas cinco anos, o turismo de bem-estar é agora reconhecido como um dos nichos turísticos de crescimento mais rápido, com promessas de expandir o "gráfico" turístico global, enquanto mitiga alguns dos desafios enfrentados por muitos destinos que combatem o turismo de massas e as flutuações sazonais". (*Relatório do Global Wellness Institute*)



A indústria global do turismo de bem-estar está agora avaliada em 639,4 mil milhões de dólares e esta previsão vai disparar para 919 mil milhões de dólares até 2022. Os turistas estão a incorporar cada vez mais o bem-estar nas suas férias. O próprio ato de viajar é considerado ou consumido como uma atividade que melhora o bem-estar. As pessoas estão a centrar-se cada vez mais na sua saúde física e mental e muitas vezes voltam das férias sentindo-se como se precisassem de outras férias. Depois de passarem uma semana marcada por multidões, atrasos, comida não saudável e álcool, pouco sono, demasiadas atividades, exposição solar... a lista continua! São cada vez mais os turistas que estão a apostar no rejuvenescimento e na regeneração porque já não querem sentir-se cansados, stressados e exaustos ao voltarem para casa depois das suas férias. Constatamos que os nossos amigos e familiares que passam umas férias de bem-estar regressam a casa sentindo-se "rejuvenescidos", "relaxados" e "revitalizados". A singularidade do destino e a maximização das oportunidades oferecidas são fundamentais!

As viagens de bem-estar melhoram a sua saúde em vez de a prejudicar

Unwell Travel	Wellness Travel
 Unhealthy & over-eating	 Rest & rejuvenation
 Travel stress	 Disease prevention & management
 Excessive drinking	 Extend & discover healthy lifestyles
 Poor sleeping	 Authentic & transformative experiences
 Disruption of fitness routine	 Meaning, connection, & joy

Source: Global Wellness Institute



Secção 3: Definição de turismo e turistas de bem-estar

O turismo de bem-estar não se trata apenas dos locais que as pessoas visitam e o que fazem, também incorpora o seu estilo de vida e os seus valores, sendo a sustentabilidade muitas vezes um valor central. Têm catalisado muitos setores com as suas preferências por alimentos biológicos e locais, ioga e meditação, reciclagem e ar puro e fresco. As nossas vidas, cada vez mais sedentárias, incluem alimentação não saudável, vida digitalizada, estilos de vida stressantes, doenças mentais que nos levam a não nos sentirmos "bem". Os resultados são a incorporação de cada vez mais elementos ligados à sensibilização para as questões de saúde, autoatualização, *mindfulness*, nutrição do nosso corpo, a prevenção em vez de medidas de cura, e exercício físico nas nossas vidas diárias. Queremos diminuir os níveis de *stress*, relaxar, praticar mais exercício ao ar livre, afastar-nos dos nossos ambientes de trabalho e sentirmo-nos bem. Queremos continuar a sentir-nos assim quando estamos longe de casa.

Se conseguir proporcionar a um consumidor um regresso à natureza, uma consciência renovada do ambiente, a redescoberta da identidade local e a procura de bem-estar físico e psicológico, provavelmente poderá juntar-se à megatendência do turismo de bem-estar. O turismo de bem-estar enquadra-se na necessidade de ajudar os turistas a manter e melhorar a forma como descansam, relaxam, rejuvenescem, descobrem, sentem paz e alegria e se autoatualizam - elementos importantes para viver bem. É importante notar que o turismo de bem-estar não se trata apenas de *spas*, retiros de ioga e *resorts* de luxo. Este pode ser incorporado na maioria das empresas e destinos, assim que disponham dos elementos certos de bem-estar.

Se, como muitas pessoas, cuida da sua saúde, provavelmente está a considerar algum tipo de bem-estar para as suas próximas férias; pense em ioga ao nascer do sol, banquetes de origem vegetal, paz e sossego, cultura, comida e vinho, caminhadas matinais, massagens desintoxicantes, exercícios de respiração e meditação ao redor da piscina enquanto o sol reflete na água e paisagens deslumbrantes ao seu redor como pano de fundo. Pense também em *surf*, retiros espirituais, locais paradisíacos, vistas panorâmicas das montanhas, tratamentos holísticos, caminhar descalço na praia, remar num lago glacial, desintoxicação, aulas de culinária, desporto e *fitness*...a lista é interminável.





Saúde na sua constituição básica é um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou enfermidade. Bem-estar é um estado multidimensional de ser que descreve a existência de uma saúde positiva do corpo, da mente e da alma. A saúde e o bem-estar incluem as dimensões física, mental, social, sexual, emocional, cultural, espiritual, educacional, ocupacional, financeira, ética e existencial.

Organização Mundial da Saúde

O turismo de bem-estar é multidimensional, inclui aspetos físicos, mentais, sociais, emocionais, espirituais e ambientais, e é multifacetado. Abrange um vasto e diversificado conjunto de atividades e opções de lazer, incluindo serviços de saúde preventiva, *spa*, beleza, *fitness*, crescimento pessoal, natureza, e muito mais. O turismo de bem-estar tem um conjunto específico de necessidades e valores holísticos que envolvem um certo conjunto de atividades e escolhas. *A Global Wellness Tourism Economy (2018)* identificou os principais valores, atividades e escolhas que influenciam os viajantes de bem-estar, tendo em consideração os seus objetivos e o que pretendem fazer e visitar.



Holistic Values Drive Activities and Choices of Wellness Travelers



Source: Global Wellness Institute





O turismo de bem-estar consiste em viagens associadas à procura de manter ou melhorar o próprio bem-estar pessoal. Com tanto mal-estar incorporado nas viagens de hoje, o turismo de bem-estar traz a promessa de combater essas qualidades negativas e transformar as viagens numa oportunidade de manter e melhorar a nossa saúde holística.

Global Wellness Institute

Turismo de bem-estar - Definições das investigações académicas

Não existe um consenso quanto a uma única definição de Turismo de Bem-Estar. Nesta secção, pesquisámos algumas definições de uma série de especialistas da indústria e académicos para saber o que é o Turismo de Bem-Estar.

O bem-estar não é composto apenas por componentes cognitivos, tais como a felicidade, mas também por experiências. Não só devido a estas circunstâncias, mas também devido às novas tendências de mercado e de estilos de vida, o turismo de bem-estar apresenta um enorme potencial para novas oportunidades de negócio

(Grénman & Räikkönen, 2015; Smith & Diekmann, 2017) (Grénman & Räikkönen, 2015). Holm et al. (2017), Diener (1994)

O turismo de bem-estar refere-se ao equilíbrio entre o bem-estar físico, mental e social, com foco na melhoria e manutenção da saúde e do bem-estar. No entanto, o bem-estar é um conceito mais amplo e normalmente associado a fatores materiais e económicos, por exemplo, o padrão de vida, a subsistência e a educação, mas também a facetas mais subjetivas da qualidade de vida, felicidade e satisfação com a vida. O bem-estar, por sua



vez, é mais pessoal por natureza e refere-se à autorresponsabilidade e ao estilo de vida saudável de um indivíduo. Além disso, especialmente na investigação turística, o bem-estar está associado ao prazer ativo, como a atividade física e a formação profissional, enquanto o conceito de *wellness* está mais relacionado com o prazer passivo e o relaxamento, por exemplo, *spa* e tratamentos de beleza. *(Grénman e Rääkkönen (2015))*

O bem-estar ocorre quando se experimenta o sentido e a realização pessoal na vida, enquanto o bem-estar hedónico surge da procura da felicidade e do prazer. Isto significa que os turistas que procuram experiências de turismo de bem-estar hoje em dia podem estar a dar cada vez mais importância aos benefícios a longo prazo, ao autodesenvolvimento ou mesmo às oportunidades transformacionais, e não tanto ao prazer imediato e a curto prazo. Mais recentemente, foi apresentada uma perspetiva que afirmava que o turismo de bem-estar está profundamente relacionado com questões de sustentabilidade *(Smith & Diekmann, 2017), Pyke et al. (2016)*



O conceito de wellness foi definido como uma junção dos termos wellbeing (bem-estar) e fitness (aptidão física) e é muitas vezes visto como um produto de elite, enquanto o bem-estar, além da atividade física, poder estar relacionado com aprender uma nova cultura, desenvolver uma nova competência, sentir-se parte da paisagem do destino e/ou conectar-se com as pessoas
Pyke et al. (2016)

O turismo de bem-estar está ligado a experiências subjetivas, a nível individual, que, de alguma forma, alienam as pessoas da sua vida diária acelerada, dando-lhes tempo para apreciar o ambiente que as rodeia e o que estão a fazer *(Smith & Diekmann, 2017)*

O significado pessoal parece destacar-se como uma característica crítica neste processo, já que a experiência de bem-estar deve contribuir para o autodesenvolvimento,



crescimento pessoal e satisfação com a vida. Isto é ainda mais claro quando se considera o surgimento generalizado de estilos de vida mais saudáveis (*Global Wellness Institute, 2018; Grénman & Rääkkönen, 2015; Pyke et al., 2016*) e preocupações pós- Covid-19 relacionadas com a qualidade de vida e a satisfação pessoal (*Yeung & Johnston, 2020*).

O turismo de bem-estar inclui consumidores que viajam para manter o seu bem-estar e satisfação de vida através de experiências de tratamentos de saúde. O bem-estar tem a ver com a qualidade de vida. É uma abordagem holística à saúde (*ayurveda* chinesa e medicina integrativa), onde tratamentos e terapias de bem-estar restituem o equilíbrio vital entre o corpo, mente e espírito em direção ao equilíbrio e harmonia da saúde. Esta harmonia reequilibra e restabelece o fluxo de energia proporcionando um bem-estar geral. (www.medicaltourism.com)



O turismo de bem-estar é o setor que evidencia um maior crescimento
O turismo de saúde (que inclui o turismo de bem-estar) constitui atualmente cerca de 5% da indústria do turismo na UE28 e tem um mercado acionista nacional superior ao do turismo tradicional. O turismo de bem-estar constitui 66-75% do turismo de saúde da UE.

Lonely Planet



Diferença entre turismo de bem-estar e turismo médico

Turismo de bem-estar não é turismo médico!

Os turistas médicos viajam para o estrangeiro para realizarem cirurgias ou receberem tratamentos médicos mais acessíveis e procuram padrões de qualidade mais elevados ou um melhor acesso aos cuidados em comparação com o que poderiam obter no seu país de origem. Por outro lado, os viajantes à procura de bem-estar procuram atividades que mantêm ou melhoram a sua saúde e bem-estar. Neste caso, os seus principais motivadores são geralmente experiências ou terapias únicas, baseadas no destino, que não estão disponíveis no seu país de origem.

Por exemplo, o turismo médico envolve pessoas que viajam à procura de cirurgias e cuidados dentários, enquanto o turismo de bem-estar envolve viajantes que procuram experimentar tratamentos e rituais de *spa*, seminários de dieta equilibrada e eventos de *fitness*.

De acordo com o [Global Wellness Institute](#) "o turismo de bem-estar é muitas vezes confundido com o turismo médico - não apenas pelos consumidores, mas no *marketing* de destino. Esta confusão é causada por uma compreensão insuficiente destes mercados e pelo uso inconsistente de terminologia por parte dos destinos, das organizações governamentais e das agências de promoção. Por vezes, o termo *turismo de saúde* é utilizado como um hiperónimo para descrever vários tipos de serviços e atividades médicas e de bem-estar, desde cirurgias de coração aberto e cuidados dentários até *spas* e retiros de ioga, causando mais confusão. Na verdade, estes dois setores operam em grande parte em domínios distintos e satisfazem diferentes necessidades dos consumidores".

Reativo	Proativo
Turismo médico	Turismo de bem-estar
Viajar para receber tratamento para uma doença, mal-estar ou condição diagnosticada ou para procurar melhoria.	Viajar para manter, gerir ou melhorar a saúde e o bem-estar.
Motivados por um desejo de menor custo de cuidados, cuidados de maior qualidade, melhor acesso aos cuidados, e/ou cuidados não disponíveis no seu país de origem.	Motivado por um desejo de vida saudável, prevenção de doenças, redução do <i>stress</i> , gestão de maus hábitos de vida, e/ou experiências autênticas.
As atividades são reativas a doenças, medicamente necessárias, invasivas e/ou supervisionadas por um médico.	As atividades são proativas, voluntárias, não invasivas e de natureza não médica.

Fonte: Global Wellness Institute



Uma boa forma de entender esta diferença é analisando a nossa saúde e bem-estar de forma contínua:

- **No lado esquerdo encontram-se a saúde debilitada, lesões e doenças**, o modelo médico trata estas condições. O turismo médico encaixa neste lado - por exemplo, viajar para outro local para realizar uma cirurgia ou receber tratamento dentário porque é mais acessível, de maior qualidade ou não está disponível no país de origem.
- **No lado direito do esquema encontra-se o bem-estar**, estas são as práticas proativas que realizamos para manter um estilo de vida saudável, reduzir o *stress*, prevenir doenças e melhorar o nosso bem-estar. Isto é o que motiva o turismo de bem-estar.

Existe sobreposição entre o turismo médico e o turismo de bem-estar - por exemplo, testes de ADN ou exames médicos. Mas, em geral, o tipo de visitantes, atividades, serviços, negócios e regulamentos envolvidos são muito diferentes entre o turismo médico e o turismo de bem-estar, mesmo partilhando uma dependência da infraestrutura básica de turismo e hoteleira de uma região e das comodidades.

Isto não significa que os destinos e regiões de bem-estar não possam explorar as oportunidades para proporcionar tanto o turismo "de bem-estar" como o "médico" a ambos os grupos de turistas. Como estão intimamente relacionados, ambos os grupos de turistas muitas vezes procuram uma combinação de tratamentos de bem-estar e tratamentos médicos, o que pode conferir às regiões uma vantagem competitiva atraente e um argumento-chave de venda. O bem-estar holístico e o tratamento médico podem muitas vezes andar de mãos dadas. A tabela seguinte indica como os setores e regiões do turismo "de bem-estar" e "médico" podem facilitar as necessidades de ambos os grupos de turistas.



Turismo médico	Atividades e experiências	Exemplos de negócios envolvidos
<p>Cuidados com a saúde e bem-estar físico geral</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preventivo e personalizado medicina, saúde pública e <i>check-ups</i> médicos • Complementar e alternativo medicina, diagnósticos de medicina integrativa, produtos naturais e alternativos • Regeneração e reabilitação regeneração, acupuntura, cirurgia/operações, odontologia, banhos minerais saudáveis, gestão de doenças crónicas • Cirurgia cosmética mamoplastia de aumento, contorno facial, ritidoplastia, abdominoplastia, lipoaspiração 	<ul style="list-style-type: none"> • Centros de saúde integrativos e retiros • Medicina complementar e alternativa (CAM) centros de retiro • Centros de bem-estar e retiros • Hospitais e centros cirúrgicos • Lagoas, banhos geotérmicos, saunas, grutas de sal específicas para regeneração, por exemplo, doenças de pele como a psoríase
Turismo de bem-estar	Atividades e experiências	Exemplos de negócios envolvidos
<p>Nutrição e alimentação saudável alternativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentação saudável, nutrição • Programas de perda de peso e de desintoxicação • Experiências culinárias, veganas/crudívoras ou vegetarianas • Programas, por exemplo, à base de sumos, veganos ou crudívoros 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes biológicos e naturais • Lojas de alimentação saudável • Culinária de bem-estar e <i>resorts</i> ou retiros alimentares • Produtos agrícolas biológicos e locais, adquiridos diretamente na exploração
<p>Atividades ecológicas, de aventura e de lazer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto com a natureza, florestas, praias, litoral, montanhas, lagos, procura de alimentos, etc. • <i>Fitness</i> mental e corporal • Bem-estar e estilo de vida na natureza • Desporto, aulas de <i>fitness</i>, 	<ul style="list-style-type: none"> • Ginásios, centros de <i>fitness</i> • Festivais de aventura e lazer e eventos específicos de atividade ou lazer • Parques nacionais, parques locais, santuários de vida selvagem • Trilhos, reservas naturais,



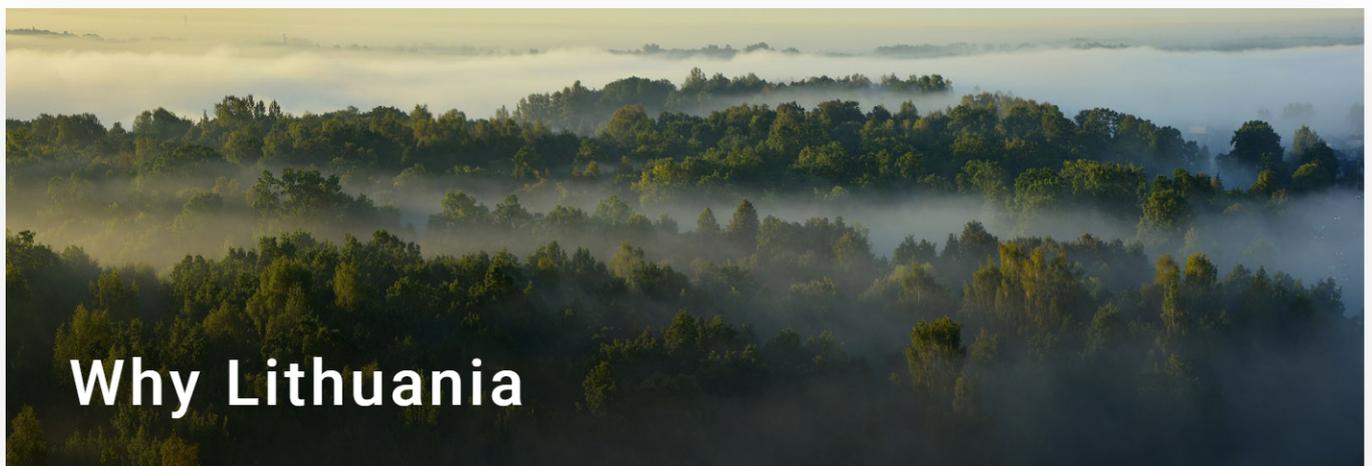
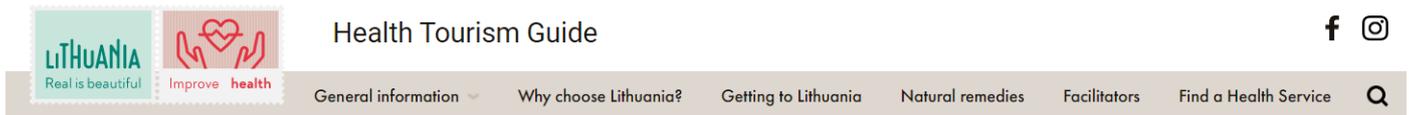
	<p>pilates</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regeneração energética natural • Alpinismo, caminhadas, andar de caiaque, <i>surf</i>, SUP (<i>stand up paddleboarding</i>), canoagem, parapente, ciclismo, visitas à natureza... a lista é interminável • Turismo calmo e turismo de atividades e aventuras calmas 	<p>recursos naturais e atrações icónicas naturais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiências de turismo de aventura calma; passeios de caiaque, caminhadas, ciclismo, procura de alimentos... • Experiências imersivas de alojamento na natureza, por exemplo: <i>yurts</i>, <i>glamping</i>, casas da árvore, cabanas/casas costeiras e junto ao mar
<p>Beleza física e cosmética, relaxamento, rejuvenescimento e revitalização</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tratamentos alternativos de beleza e relaxamento • <i>Spas</i>, tratamentos de beleza, relaxamento, massagens, banhos, tratamentos faciais, cabelo, unhas • Tratamentos cosméticos não cirúrgicos e não invasivos, por exemplo: <i>botox</i>, <i>peelings</i>, tratamentos a laser • Produtos, experiências e serviços de beleza, de relaxamento e antienvelhecimento... 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotéis, <i>spas</i>, salões, banhos, nascentes, cruzeiros de bem-estar, <i>resorts</i> de saúde... • Lagoas, nascentes minerais, banhos geotérmicos, saunas, grutas de sal relacionadas com a beleza, rejuvenescimento e relaxamento (<i>aqui, a diferença relativamente ao turismo médico é que não se destinam à regeneração de doenças, mas sim a experiências de bem-estar</i>)
<p>Saúde e bem-estar holístico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento pessoal • Espiritual e ligação • Foco mente-corpo • Bem-estar mental • Equilíbrio entre a vida e o trabalho • Entretenimento e bem-estar social 	<ul style="list-style-type: none"> • Espiritual, ioga, meditação, atividades de nova geração, <i>qigong</i>, <i>biofeedback</i>, oração, voluntariado, tempo a sós, desenvolvimento pessoal, <i>life coaching</i>, técnicas de redução do <i>stress</i>, música e as artes... 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tai Chi</i>, estúdios de ioga, estúdios de artes marciais • Retiros de ioga, retiros espirituais, retiros de estilo de vida, retiros de bem-estar, <i>workshops</i> de bem-estar ocupacional, centros holísticos • Peregrinações, <i>ashrams</i> (local de ioga espiritual) • Vida e trabalho de bem-estar remoto • Festivais e eventos



ESTUDO DE CASO Turismo de saúde na Lituânia

Título: [O turismo de saúde na Lituânia](#) oferece serviços para ambos os grupos de turistas, assim como para aqueles que procuram uma combinação de tratamentos médicos e de bem-estar

Os turistas médicos escolhem frequentemente clínicas de cirurgia plástica com excelentes relações qualidade/preço em Caunas, enquanto as pessoas que procuram bem-estar desfrutam de água mineral e procedimentos de lama natural na cidade do *spa* em Birstonas. Ambas as cidades estão a apenas 50 km de distância, por isso é especialmente conveniente recorrer à reabilitação em Birstonas depois de passar por uma cirurgia em Caunas.



Medical and wellness tourism in Lithuania combines deeply-rooted traditions, the best of natural remedies and swiftness in embracing the latest trends in healthcare. That's what makes Lithuania the preferred choice for people seeking an internationally-certified LASIK operation, as well as balneotherapy aficionados. As of 2019, international visitors make up more than 10% of clients for Lithuanian health and wellness service providers, with the number growing every year.

"O turismo médico e de bem-estar na Lituânia combina tradições profundamente enraizadas, o melhor dos remédios naturais, e a rapidez na incorporação das últimas tendências em cuidados de saúde. É isso que faz da Lituânia a escolha preferida das pessoas que procuram uma cirurgia LASIK certificada internacionalmente, assim como dos aficionados de balneoterapia. Em 2019, os visitantes internacionais representavam mais de 10% dos clientes dos prestadores de serviços de saúde e de bem-estar da Lituânia, um número que cresce todos os anos"

Turismo de saúde na Lituânia



Quem são os turistas ou viajantes de bem-estar?

Há uma ideia errada comum de que os viajantes do bem-estar são um grupo pequeno, de elite e rico de turistas de lazer que visitam *spas* de destino, *resorts* de saúde ou retiros de ioga e meditação. Os viajantes de bem-estar constituem um grupo muito mais amplo e diversificado de consumidores com muitas motivações, interesses e valores.

O GWI identifica dois tipos de viajantes de bem-estar:

1. **Viajante de bem-estar primário:** um viajante cuja escolha de viagem ou destino é motivada principalmente pelo bem-estar.
2. **Viajante de bem-estar secundário:** um viajante que procura manter o bem-estar enquanto viaja ou que participa em experiências de bem-estar enquanto faz qualquer tipo de viagem de lazer ou de negócios.

É importante ressaltar que as viagens de bem-estar primárias e secundárias podem ser realizadas pela mesma pessoa em viagens diferentes, e estes dois tipos de viagens de bem-estar reforçam-se mutuamente. Com o tempo, alguns viajantes de bem-estar secundário irão decidir fazer uma viagem de bem-estar primário, à medida que o seu interesse e experiência com o bem-estar cresce. Por exemplo, uma pessoa que visita as fontes termais durante um dia de férias em família (viagem de bem-estar secundário) pode, mais tarde, ser motivada a planear uma escapadinha de fim-de-semana num *resort* termal (viagem de bem-estar primário). [Global Wellness Institute](#)



Muller e Kaufmann (2000) distinguem saúde de bem-estar. Os autores consideram **o turismo de bem-estar como um subgrupo do turismo de saúde**. De acordo com Dunn (1959), bem-estar é um "**estado de saúde**", que compreende uma sensação geral de bem-estar e vê uma pessoa como sendo composta por **corpo, mente e espírito**. Estilo de vida e autorresponsabilidade pela saúde são primordiais na procura por uma qualidade de vida melhor. Em alguns países como a Alemanha, Áustria e Suíça, há uma ênfase considerável no "**bem-estar médico**".



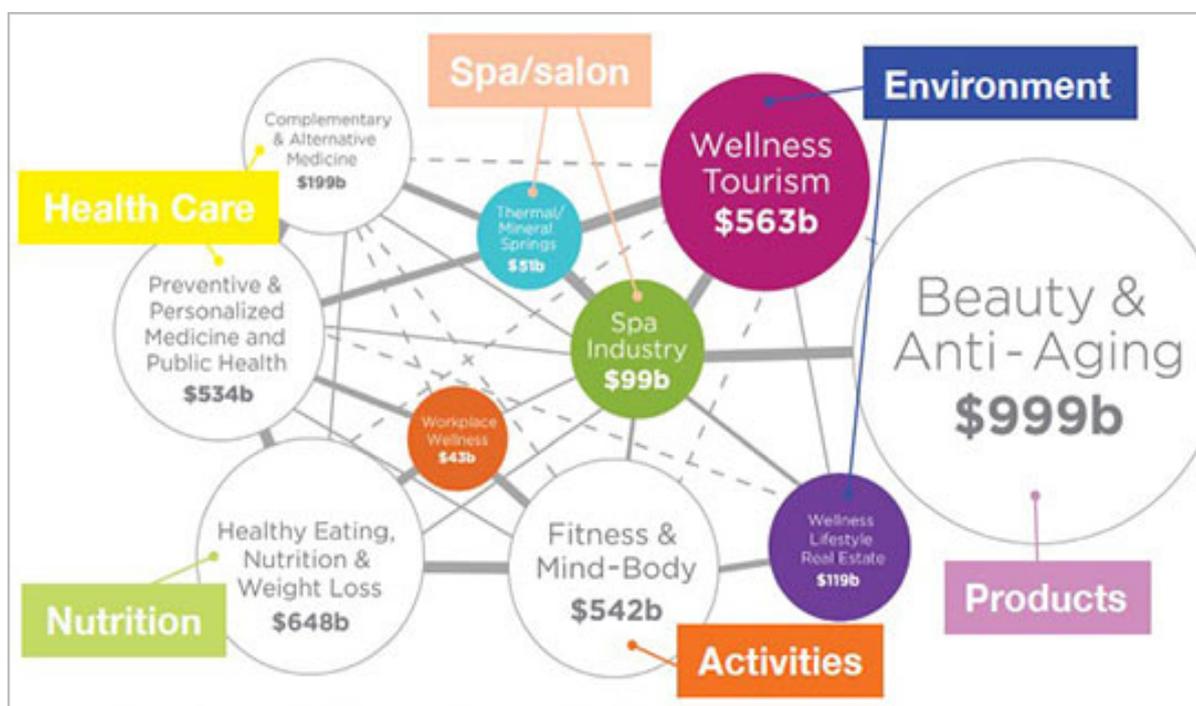
Secção 4: O turismo de bem-estar é uma megatendência

A revolução e a economia globais do bem-estar

A revolução do bem-estar é, em grande parte, impulsionada pelos consumidores e pela sua procura por estilos de vida e hábitos mais saudáveis, alguns dos quais foram desencadeados pelas nossas inseguranças inerentes sobre o nosso estado físico, e até mesmo mental. Mas a revolução também levou a uma onda de uma inovação de produtos e novas categorias, novas *startups* centradas no mercado de bem-estar, e pressionou as marcas a reorientar os seus valores para refletir os dos clientes. E isto só pode ser algo benéfico para as marcas e consumidores.

A economia global do bem-estar está atualmente avaliada em 4,5 biliões de dólares (dados de 2018).

A economia global de bem-estar foi avaliada nuns surpreendentes 4,22 biliões de dólares em 2017, de acordo com um estudo recente do mercado publicado pelo *Global Wellness Institute (GWI)* que examinou 10 setores antes de chegar a esta avaliação. No topo da lista está o mercado de cuidados pessoais, beleza e antienvhecimento, que foi avaliado em 999 mil milhões de dólares. Segue-se o mercado da alimentação saudável e nutrição, que foi avaliado em 647 mil milhões de dólares. O crescente mercado do turismo de bem-estar foi avaliado em 563 mil milhões de dólares, enquanto o mercado de *fitness* e de corpo-mente foram estimados em 542 mil milhões de dólares.



GWI *Global Wellness Economy Monitor* (lançado em outubro de 2018, com dados de 2017).



- A economia global do bem-estar está atualmente avaliada em 4,5 biliões de dólares (dados de 2018).
- As despesas com bem-estar (4,5 biliões de dólares) correspondem a mais de metade das despesas totais com a saúde global (7,8 biliões de dólares, com base em dados da OMS).
- O setor cresceu 6,4% anualmente de 2015 a 2017, de 3,7 biliões de dólares para 4,2 biliões de dólares, quase duas vezes mais rápido que o crescimento económico global (3,6% anualmente, com base em dados do FMI).
- A indústria do bem-estar representa 5,3% da produção económica global.
- Entre os 10 mercados de bem-estar analisados, os líderes de crescimento de receitas de 2015-2017 (por ano) foram a indústria termal (9,8%), o turismo de bem-estar (6,5%), e o setor imobiliário de bem-estar (6,4%).

Outros setores incluem a medicina preventiva e personalizada (543 mil milhões de dólares), a medicina tradicional e complementar (199 mil milhões de dólares), o bem-estar no local de trabalho (43,3 mil milhão de dólares), e os setores de *spa* e águas termais que, entre eles, estimaram 1,4 mil milhões de dólares. (Artigo completo [aqui](#))

Irlanda, Economia do bem-estar

A economia do bem-estar é altamente evidente na Irlanda. De acordo com um relatório recente realizado por uma empresa especializada em estudos de mercado *Euromonitor*, o valor anual é de cerca de 2 mil milhões de euros e é provável que este valor aumente para cerca de 2,3 mil milhões de euros até 2020. A maior fatia, 700 milhões de euros, foi atribuída a produtos naturais e saudáveis, enquanto 685 milhões de euros foram gastos em alimentos funcionais e fortificados. Embora o mercado global de viagens de aventura esteja estimado em 80 mil milhões de euros, o valor do setor para a economia irlandesa está avaliado em 850 milhões de euros, valor que se encontra em crescimento. E já não se dirige apenas aos que estão em excelente condição física.



"A capacidade de estar no momento presente é uma componente importante do bem-estar mental"
Abraham Maslow



As megatendências estão a transformar o turismo

Uma megatendência é uma mudança de comportamento ou atitude que tem um impacto global e é crítica para as empresas que procuram impulsionar o crescimento sustentável e permanecer relevantes à medida que a concorrência aumenta e que novas ideias perturbam indústrias inteiras. No contexto do turismo, esta tendência está mais intimamente relacionada com a evolução da procura dos visitantes, que se refere a tendências como o envelhecimento da população e o crescimento da classe média global.

O futuro do turismo será impactado por mudanças sociais, económicas, políticas, ambientais e tecnológicas em larga escala, trazendo desafios, ameaças e oportunidades novos e muitas vezes invisíveis. Embora o processo de formação de "megatendências" do turismo seja lento, mas uma vez enraizadas, estas exercem uma influência profunda e duradoura sobre as atividades, processos e percepções humanas. Quatro megatendências são suscetíveis de ter impactos significativos e relevantes para o turismo: i) a evolução da procura dos visitantes; ii) o crescimento sustentável do turismo; iii) as tecnologias de base e iv) a mobilidade das viagens. A exploração das implicações multidimensionais destas megatendências até 2040 é importante para fundamentar as políticas e o aspeto futuro do turismo. ([OECDLibrary.org](https://www.oecd.org/tourism/))

Abordagens para responder às megatendências

Para ajudar na resposta às megatendências, a [OCDE desenvolveu uma abordagem](https://www.oecd.org/tourism/) que se centra em quatro categorias-chave:

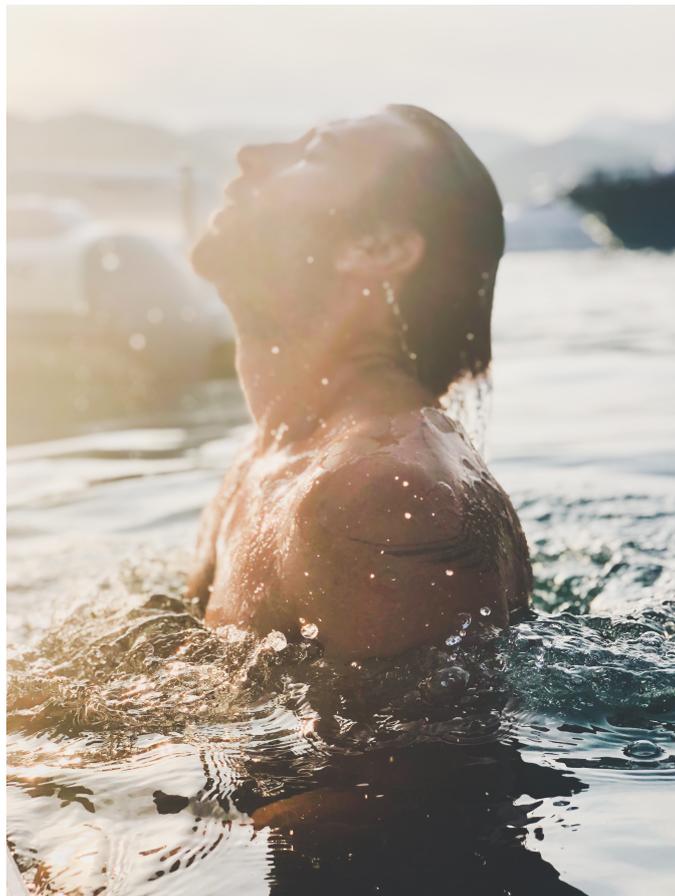
- Pessoas** Geralmente refere-se à evolução demográfica, assim como às tendências relacionadas com a saúde, com o trabalho e com a coesão social.
No contexto do turismo, isto inclui: a evolução da procura dos visitantes, o envelhecimento populacional, o aumento dos rendimentos e dos níveis de educação, o surgimento de novos grupos de consumidores.
- Planeta** Geralmente refere-se ao estado do ambiente e aos impactos das alterações climáticas, assim como ao acesso a recursos como alimentos, energia e água.
No contexto do turismo, isto inclui: o crescimento sustentável do turismo, desenvolvimentos de baixo impacto e gestão dos recursos naturais.
- Produtividade** Geralmente refere-se a fontes de crescimento, tais como tecnologia, inovação e empreendedorismo.
No contexto do turismo, isto inclui: o surgimento de tecnologias de base tem impactado a forma como as pessoas ao redor do mundo podem viajar, por exemplo, através de plataformas na economia de partilha. Os avanços na automação também são suscetíveis de transformar o setor, por exemplo plataformas de partilha entre pares para criar novos espaços de mercado turístico e modelos de negócio



4. **Política** Geralmente refere-se ao estado de governação, confiança e responsabilidade na esfera pública.

No contexto do turismo, isto inclui: o papel que as decisões públicas terão em várias áreas, particularmente na mobilidade das viagens. Por exemplo, a mobilidade é significativamente impactada pelo grau em que os governos nacionais apoiam o transporte internacional e facilitam as viagens. Os governos terão de monitorizar o crescimento que surge com as Megatendências: número de visitantes, preocupações com a segurança, mudanças nas políticas de facilitação de viagens, inovações de transporte, infraestruturas de acesso, regulamentos de aviação e controlo de vistos.

Tanto os governos como a indústria devem explorar e compreender as implicações multidimensionais dessas megatendências para que possam fundamentar as políticas e moldar o futuro do turismo. Terão de ser capazes de dar resposta e adaptar-se de forma eficaz a estas megatendências, ao que estas representam e aos impactos prováveis e trazer questões atualmente imprevisas e emergentes para a agenda política estratégica, desenvolver cenários potenciais e respostas políticas, e prestar uma melhor assistência aos intervenientes públicos e privados para capitalizar essas oportunidades e desafios à medida que estes surgem.



"Cuide do seu corpo. É o único lugar que tem para viver"

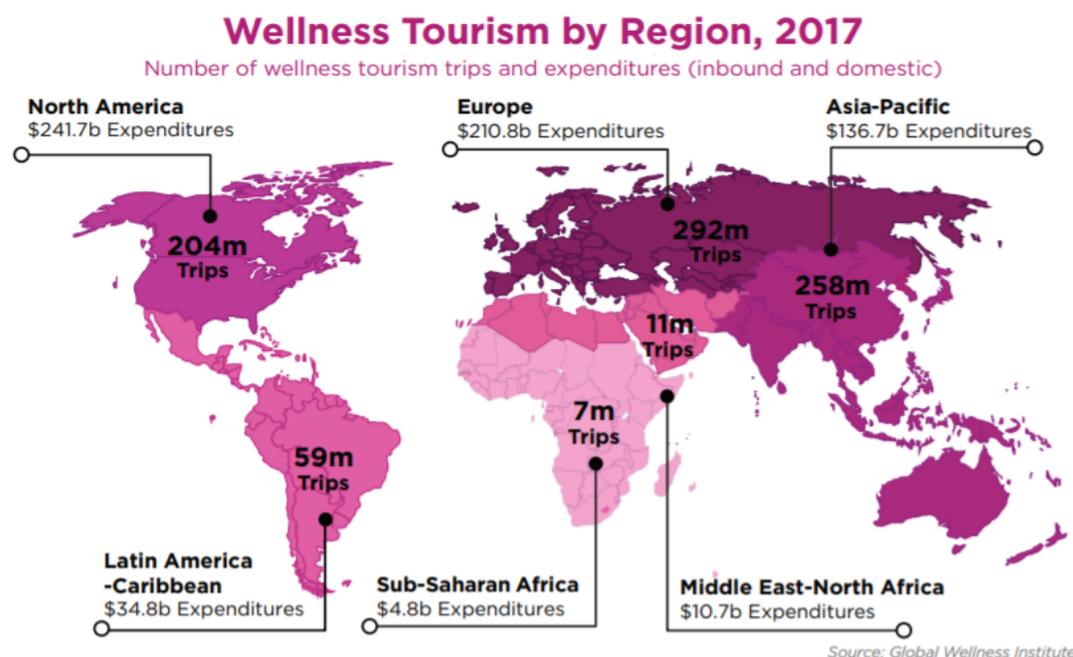
Jim Rohn



Portanto, por que motivo é imperativa a infusão do turismo de bem-estar no seu destino regional? De acordo com o *Global Wellness Institute* a economia de bem-estar global constituía um mercado de 4,5 biliões de dólares em 2018. O crescimento tem sido impulsionado por uma classe média global em expansão, pelo desejo crescente dos consumidores de adotar um estilo de vida de bem-estar, pelo interesse crescente em viagens experimentais e pelo aumento da acessibilidade de voos e opções de viagem. Entre todas as regiões, a Europa continua a ser o destino com o maior número de viagens de bem-estar, enquanto a América do Norte lidera nas despesas de turismo de bem-estar. A Ásia foi o país que mais ganhou em número de viagens de bem-estar e despesas de turismo de bem-estar, com a procura estimulada por economias fortes e uma classe média em expansão.

- O turismo de bem-estar era um **mercado** de 639 mil milhões de dólares, em 2017, com a projeção de atingir os 919 mil milhões de dólares até 2022.
- **O turismo de bem-estar cresceu** 6,5% anualmente, de 2015 a 2017, mais do dobro da velocidade do turismo em geral (3,2% anualmente, com base nos dados do Euromonitor).
- Os viajantes mundiais realizaram 830 milhões **de viagens nacionais e internacionais de bem-estar** em 2017, representando 17% de todas as despesas de turismo.
- Os turistas internacionais de bem-estar **gastam em média** 1528 dólares por viagem, 53% mais do que o típico turista internacional. Os turistas nacionais de bem-estar gastam 609 dólares por viagem, 178% mais do que a média dos turistas nacionais.
- **As viajantes de bem-estar secundário** representam 89% das viagens de bem-estar e 86% das despesas.

Entre os 10 mercados de bem-estar analisados, os líderes em matéria de crescimento de receitas de 2015-2017 (por ano) foram a **indústria do spa** (9,8%), **o turismo de bem-estar** (6,5%), e **o setor imobiliário de bem-estar** (6,4%). *Global Wellness Institute*



O turismo de bem-estar é um turismo de elevado crescimento e elevado rendimento. Os viajantes de bem-estar gastam mais por viagem do que o turista médio, e isto é válido tanto para os viajantes nacionais como internacionais. Em 2017, os turistas internacionais de bem-estar gastaram em média 1528 dólares por viagem, 53% mais do que o típico turista internacional. O valor para turistas de bem-estar nacional é ainda maior. Com 609 dólares por viagem, estes gastam 178% mais do que o típico turista nacional. *Global Wellness Institute*

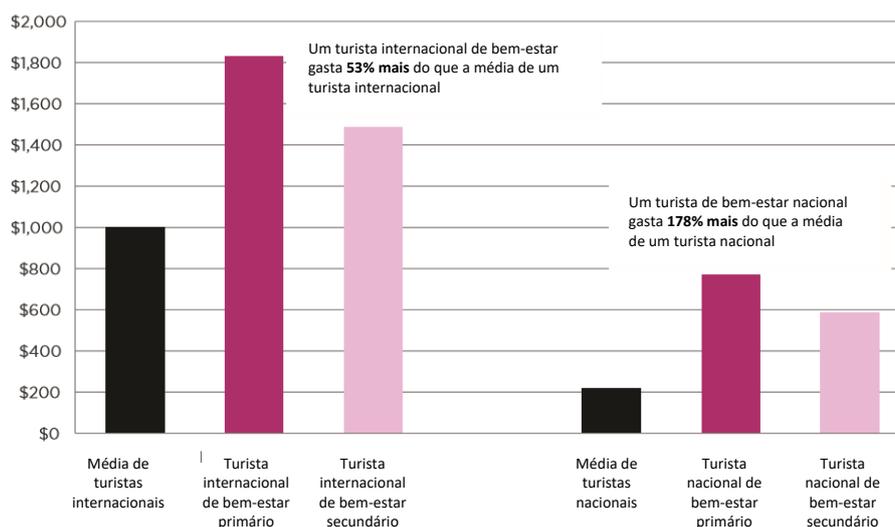
"Os turistas de bem-estar gastam 130% mais do que a média que um turista gasta"
(SRI Internacional)

Projeções de crescimento do turismo de bem-estar, 2017-2022

	Despesas previstas (milhares de milhões de dólares americanos)		Média anual prevista Taxa de crescimento
	2017	2022	2017-2022
América do Norte	241,7 \$	311,3 \$	5,2%
Europa	210,8 \$	275,0 \$	5,5%
Ásia-Pacífico	136,7 \$	251,6 \$	13,0%
América Latina-Caraíbas	34,8 \$	54,7 \$	9,5%
Médio Oriente-África do Norte	10,7 \$	18,7 \$	11,8%
África	4,8 \$	8,1 \$	11,1%
Total da indústria de turismo de bem-estar	639,4 \$	919,4 \$	7,5%

Fonte: Estimativas do Global Wellness Institute, baseadas em dados da indústria do turismo do Euromonitor International, dados económicos do FMI e dados e modelo de projeção da Owl

Valor de gastos de turismo de bem-estar, 2017



Fonte: Estimativas do Global Wellness Institute, com base em dados da indústria de turismo do Euromonitor International



Os viajantes de bem-estar secundário são responsáveis pelo grande volume de viagens do turismo de bem-estar e pelo crescimento: 89% das viagens e 86% das despesas. O Mercado do turismo de bem-estar: tem dois principais tipos de viajantes, primário e secundário. No entanto, grande parte do turismo de bem-estar é realizado por viajantes de bem-estar secundário, que representaram 89% das viagens de turismo de bem-estar e 86% das despesas em 2017. O turismo de bem-estar secundário também continua a crescer a um ritmo mais rápido do que o turismo de bem-estar primário, a uma escala de 10% em comparação com os 8% anuais, de 2015 a 2017.

Global Wellness Institute

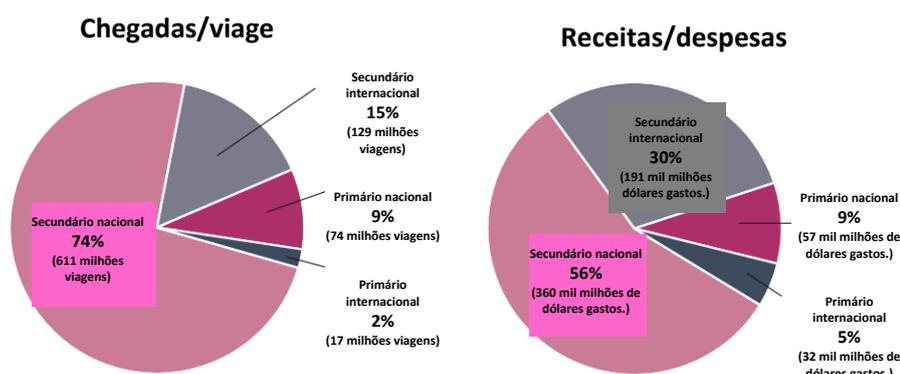
Viagens e despesas de turismo de bem-estar por região, 2015 e 2017

	Número de viagens (milhões)		Despesas (milhares de milhões de dólares americanos)	
	2015	2017	2015	2017
América do Norte	186,5	204,1	2157 \$	2417 \$
Europa	2499	291,8	193,4 \$	2108 \$
Ásia-Pacífico	1939	2576	111,2 \$	1367 \$
América Latina-Caraíbas	468	591	30,4 \$	34,8 \$
Médio Oriente-África do Norte	85	110	83 \$	10,7 \$
África	5,4	6,5%	42 \$	48 \$
Total da indústria de turismo de bem-estar	691,0	830,0	563,2 \$	639,4 \$

Nota: Estes números combinam os gastos com turismo de bem-estar internacional/nacional, e incluem também viagens de bem-estar primário e secundário. Os números podem não somar o total devido a arredondamentos.

As viagens nacionais de bem-estar eclipsam as viagens internacionais de bem-estar, mas estas últimas têm vindo a crescer mais rapidamente. Globalmente, as viagens nacionais representam 82% do total de viagens de turismo de bem-estar e 65% das despesas. As viagens internacionais de bem-estar representam uma parte proporcionalmente maior das despesas, porque o nível médio de despesas numa viagem internacional é bastante superior. As viagens internacionais de turismo de bem-estar também têm crescido a um ritmo mais rápido (12% anualmente) do que as viagens nacionais de turismo de bem-estar (9% anualmente) entre 2015 e 2017. *Global Wellness Institute*

As viagens de bem-estar secundário e nacionais lideram em matéria de viagens e despesas



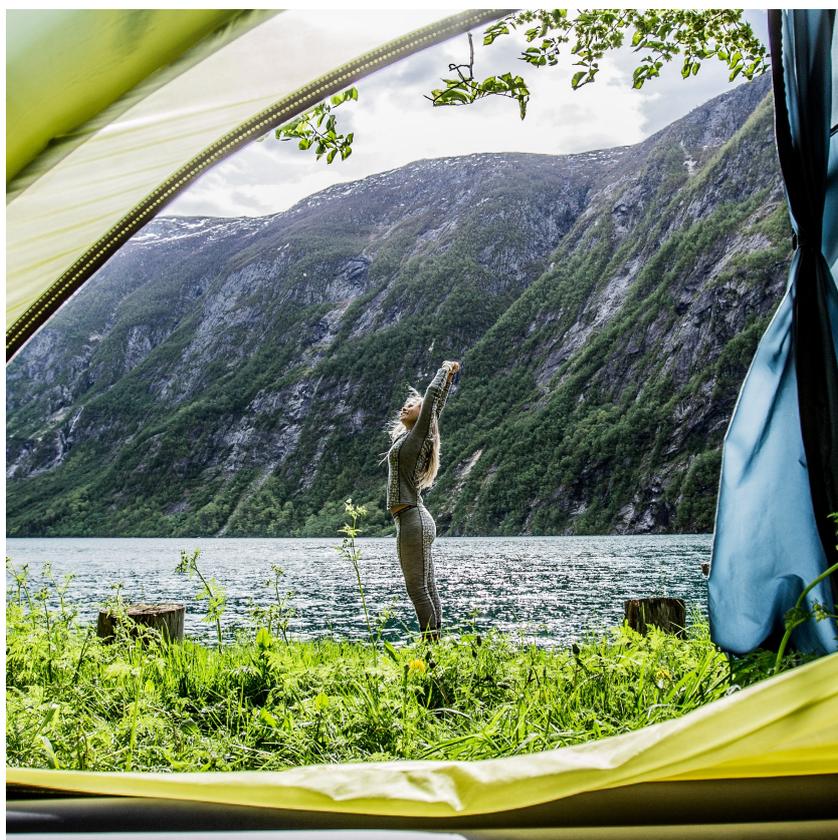
*Nota: Os números podem não somar o total devido a arredondamentos.
Fonte: Global Wellness Institute*



“Estima-se que 17 milhões de viajantes se identificam como estando focados em "saúde e bem-estar", sendo que 40% deles viajam regularmente"
HVS, 2014

Motivações dos europeus para viagens de bem-estar

Num *inquérito do Eurobarómetro* a 30 000 europeus em 33 países, 13% indicou que os tratamentos de bem-estar/*spa*/saúde eram a sua motivação primária ou secundária para ir de férias em 2015 (e a percentagem de viagens para as quais o bem-estar era uma motivação primária duplicou, de 3% em 2010 para 6% em 2015). Em vários países, a propensão para viagens de bem-estar de motivação primária é muito elevada, incluindo a Islândia (19% dos inquiridos), Suécia (17%), Hungria (16%), Portugal e Eslováquia (15%), e República Checa (10%).



Acredita-se que o termo inglês **wellness** surgiu a partir da noção da OMS de **well-being** (bem-estar) e do conceito de **fitness** (aptidão física). Nos países da Europa Central e do Sudeste, é dado um maior destaque ao **sol, ar marinho e à talassoterapia**. A **aptidão física** é também vista como parte integrante do bem-estar quotidiano. Nos países asiáticos, muitas **atividades espirituais** tais como ioga, meditação e massagens são consideradas atividades diárias importantes.



Secção 5: Oportunidades de megatendências de turismo de bem-estar que as regiões podem explorar

As regiões europeias já estão a explorar a megatendência do turismo de bem-estar

Cada destino tem algo único para oferecer aos viajantes de bem-estar. Como a maioria das formas de viagem e turismo, o turismo de bem-estar é uma experiência a preto e branco. Cada destino tem as suas características e ofertas distintas e únicas relacionadas com o bem-estar que estão ligadas à sua cultura local, bens naturais, gastronomia, etc. Alguns viajantes podem ficar satisfeitos com uma massagem genérica, uma aula de exercícios ou um batido. Outros querem simplesmente fugir para um lugar distinto e único, um ambiente completamente diferente. Os destinos podem oferecer experiências únicas e autênticas que podem ser construídas. Por exemplo, alguns destinos têm formações paisagísticas únicas, um padrão climático específico, têm práticas de regeneração indígenas ou tradições espirituais/antigas; plantas nativas, múltiplas ilhas e florestas; lama, lagoas e água com propriedades regenerativas especiais; cultura e arquitetura como uma atmosfera particular de rua; ingredientes locais, produtos e tradições culinárias; história e cultura; etc. Porque cada destino é diferente, cada país e cada destino têm algo único para oferecer aos viajantes de bem-estar.

Every Destination Has Something Unique to Offer



Source: Global Wellness Institute

Os turistas de bem-estar são visitantes frequentes, especialmente quando se trata de um destino específico. A procura por turismo de trilhos tem vindo a aumentar, o que pode ser um fator diferenciador, uma vez que é específico para as características geológicas ou para um destino. Há sempre procura pela próxima aventura, exigindo cada vez mais experiência e esperando itinerários autoguiados, serviços de *transfer* de bagagem e "passaportes para um



trilho" que podem promover visitas repetidas para aqueles que querem fazer uma secção de cada vez. O Caminho de Santiago, em Espanha, por exemplo, é composto por cerca de 800 km através de quatro das 15 regiões de Espanha, conta com 12 rotas diferentes que muitas vezes levam até 30 dias para serem concluídas, e várias visitas repetidas, já que algumas pessoas preferem fazer uma parte a cada ano até o terminar.

As ofertas de turismo de saúde e bem-estar são, muitas vezes, específicas em função dos recursos naturais do local de destino e da mão de obra médica especializada. Geralmente, os turistas não têm as instalações e os tratamentos que necessitam no seu país de residência em prol do seu bem-estar ou problemas de saúde tais como eczema e psoríase. A Lagoa Azul, na Islândia, tem tratamentos específicos para a psoríase baseados nos poderes terapêuticos naturais da sua água do mar geotérmica.

Oportunidade 1 Tornar-se um destino ou região competitiva

As empresas, destinos e regiões tornam-se imediatamente competitivos, únicos e populares devido à sua localização europeia

Ter uma localização única na Europa é uma vantagem competitiva imediata ao desenvolver um destino turístico de bem-estar. A Europa tem os seus próprios destinos e recursos naturais únicos, perfeitos para o viajante de bem-estar. Isto garante a continuidade da popularidade da Europa, altamente competitiva em comparação com outros países neste lucrativo setor do turismo.

O turismo de bem-estar é diferente e adapta-se de forma única a cada destino turístico que o adota. Quando falamos em destinos, percebemos rapidamente que cada um é único em termos das suas paisagens, clima, culturas, pessoas, gastronomia, recursos e ofertas naturais singulares. O bem-estar na Europa Central e de Leste é conhecido pelas suas águas minerais de regeneração térmica e pelos seus *spas*. O Mediterrâneo é conhecido pelo seu bem-estar marinho e solar, pela sua terapia das ondas e dieta mediterrânica. Os países nórdicos são conhecidos pelo seu ar puro, caminhadas, esqui, natação e saunas. O bem-estar asiático é conhecido pelas suas atividades espirituais, como ioga, meditação, plantas, massagens, regeneração energética. (Smith, Puczko, 2009)

O turismo de bem-estar existe na Europa há séculos e os viajantes escolhem esta região para aproveitar as fontes termais, os *resorts* históricos de saúde, o ar alpino, as brisas do mar, o *slow food* e as paisagens idílicas, a fim de escapar da vida quotidiana e procurar a recreação e regeneração. Alguns governos europeus financiam total ou parcialmente sistemas de seguros



nacionais que incluem tratamentos médicos à base de água. Os europeus são consumidores de bem-estar sofisticados, com base em tradições culturais e históricas de longa data em toda a região, e isto influencia a sua propensão para viagens de bem-estar.

Hoje, o conceito de bem-estar na Europa atinge o seu máximo, com uma aplicação moderna de práticas antigas como a *Ayurveda*, acupuntura, ioga, meditação, etc. Por exemplo, "hoje em dia, os *spas* não são apenas *resorts* de saúde ou centros de reabilitação, mas sim destinos de turismo de saúde modernos, visitados também por pessoas saudáveis que procuram cuidados de saúde preventivos, pessoas que querem utilizar os serviços de bem-estar e pessoas que querem relaxar, desintoxicar (*detox*), recriar, perder peso, parar de fumar, participar em atividades desportivas, desfrutar de socialização, ambientes e eventos culturais, descobrir especialidades culinárias, etc.". (*Vesenjaj, 2010*)

As experiências europeias de turismo de bem-estar são muito procuradas e estão a ser integradas noutras atrações turísticas, tais como cultura local, bens naturais, gastronomia, etc. Os residentes e viajantes podem desfrutar de uma massagem geral, aula de ginástica, alojamento único, experiência culinária, ou atividades ao ar livre. Estão a ser desenvolvidas e integradas outras experiências únicas e autênticas de bem-estar: práticas de regeneração indígenas; tradições antigas/espirituais; plantas e florestas nativas; lamas especiais, minerais e águas; arquitetura vernacular; atmosfera das ruas; ingredientes locais e tradições culinárias; história e cultura; etc. O que é claro é que os viajantes de bem-estar podem ir para a Europa para "escapar" e estar num local diferente, onde podem ser livres de uma forma envolvente e relaxar em múltiplas experiências de bem-estar de alta procura.

A maioria dos países europeus já promove alguma forma de bem-estar nos seus sítios Web nacionais de turismo. Outros países centram-se em desenvolver o setor como parte das suas estratégias nacionais de *marketing*/desenvolvimento turístico. A maioria dos países continua a desenvolver e a diversificar as suas experiências, produtos e serviços no setor do bem-estar para se manterem competitivos e populares. Na próxima secção, analisaremos diferentes destinos e os seus principais recursos de experiência de turismo de bem-estar, depois aprofundaremos neste contexto a forma como a Islândia e as suas regiões se desenvolveram como um país de turismo de bem-estar.

Recursos e experiências de bem-estar na Eslovénia

Apelida-se a si próprio como o "[novo destino de bem-estar mais popular](#)" e é conhecido como um dos países mais verdes do mundo, coberto por florestas, montanhas dos Alpes, prados, lagos, grutas, o mar Mediterrâneo, áreas consideradas Património Mundial pela UNESCO, cidades costeiras, cidades góticas venezianas, adegas, produção de mel, festivais culturais, património, história e cozinha étnica. A saúde e o bem-estar são os maiores motores do turismo esloveno desde as montanhas até ao Mar Mediterrâneo, desde espeleoturismo até terapia de *spa*, *stand up paddle yoga* no Lago Bled, banhos de floresta para acalmar a mente, caminhadas no Parque Nacional Triglav, *spas* e tratamentos de *spa*,



retiros de bem-estar, *resorts*, centros médicos, saunas, apicultura (apiturismo), consciência ecológica, apiterapia, hidroterapia na Planície da Panónia ou nas Termas de Zrece. *Detox wrap* utilizando turfa de montanha colhida localmente e lama vulcânica.

Os Açores, recursos e experiências de bem-estar

Localizado a 1500 km ao largo da costa de Portugal, os Açores são um arquipélago com nove pequenas ilhas vulcânicas. Os Açores têm um clima subtropical ameno que criou uma paisagem verdejante, com vistas deslumbrantes, formações rochosas impressionantes, fabulosos lagos de crateras, costas deslumbrantes e praias de areia escura com água do mar cristalina. Devido a um ambiente natural rico, os Açores contam com bastante turismo de natureza ativo e de aventura. Reconhecido como um destino sustentável pelo [Global Sustainable Tourism Council](#). O afastamento geográfico das ilhas criou um modo de vida particularmente desacelerado, com tradições de estilo medieval, comida saborosa, pessoas muito amigáveis e pequenas aldeias encantadoras. A criminalidade praticamente inexistente faz dos Açores um destino turístico seguro. A atividade vulcânica criou fontes termais incríveis, tanto em terra como no mar, e têm sido recursos-chave para experiências derradeiras de bem-estar. Os Açores receberam recentemente o prémio de "[Melhor Destino de Turismo de Aventura de 2020](#)" da Europa pelos [World Travel Awards](#).



Açores, Portugal



ESTUDO DE CASO Islândia

A Islândia tira partido da sua localização única e dos seus recursos naturais transformando-a num destino de bem-estar competitivo

Exibir as experiências únicas de turismo de bem-estar na Islândia utilizando destinos e atrações icónicas existentes

Utilizar a localização e experiências únicas europeias da Islândia como uma vantagem competitiva
Recursos singulares (ex. fontes termais, lagoas, piscinas geotérmicas) e recursos naturais (cascatas, campos de lava, grutas de gelo), experiências de bem-estar existentes
Aventura, aventura calma, *spas*, bem-estar físico e experiências

Desenvolver uma região de turismo de bem-estar única
Utilizar o Parque Nacional da região de Vatnajökull como um exemplo de estudo de caso de como a Islândia desenvolveu uma região de turismo de bem-estar, incluindo redes sociais, imagem de marca, pacotes, posicionamento, etc.

Abordagem

Título A Islândia tira partido do seu destino único, da sua localização e recursos naturais, oferecendo experiências de bem-estar de elevada procura em todo o país e ao longo das suas regiões

Descrição Este estudo de caso investiga a forma como a Islândia tira partido da sua localização única e dos seus recursos naturais para desenvolver as suas experiências de turismo de bem-estar. O estudo de caso examina como as empresas da região do Parque Nacional de Vatnajökull adaptaram o turismo de bem-estar à sua região. No final, encontra-se um exemplo de como uma região adaptou uma viagem de 7 dias pela famosa região de Reiquiavique, na Islândia

Recursos naturais únicos A Islândia está situada em duas placas tectónicas que atravessam o país como um relâmpago. O contacto constante entre as placas cria um sistema geológico altamente ativo e uma grande atividade geotérmica. Estas fontes de água quente estão por todo o lado, e os islandeses costumam banhar-se nelas desde a colonização. O infindável abastecimento de água vem do solo e contém minerais com poderes curativos. O turismo de bem-estar tem as suas raízes na longa história dos *resorts* de *spa* da Islândia e, nesse sentido, não é um fenómeno novo, mas, mais recentemente, o turismo de bem-estar tem



vindo a evoluir em torno das instalações da Islândia para tratamentos médicos, bem como para locais de puro lazer e relaxamento. Os recursos e pontos fortes da Islândia para o turismo de bem-estar são o ar puro, a natureza preservada, a água limpa e de qualidade, e as fontes termais. O nível educacional elevado do país, os profissionais de saúde bem instruídos e um bom sistema de saúde são também recursos importantes.

Resultados A Islândia serviu-se dos seus recursos naturais existentes, das atrações icônicas e das experiências que se encaixam no conceito de bem-estar e formulou um destino turístico de bem-estar extremamente competitivo. A Islândia identificou as suas atividades, serviços e experiências de turismo de bem-estar e comunicou-as utilizando uma imagem de marca e mensagens-chave relacionadas com o turismo de bem-estar. Como resultado, as PME, as regiões e os destinos turísticos têm tirado proveito do turismo de bem-estar como uma megatendência, identificando as suas próprias ofertas de bem-estar de nicho regional. Subsequentemente, a G Adventures, um popular operador turístico global, identificou e formulou um popular pacote e itinerário "Iceland Wellness", promovidos pela empresa e adequados às exigências e necessidades dos seus clientes.



Cascata Seljalandsfoss, Islândia

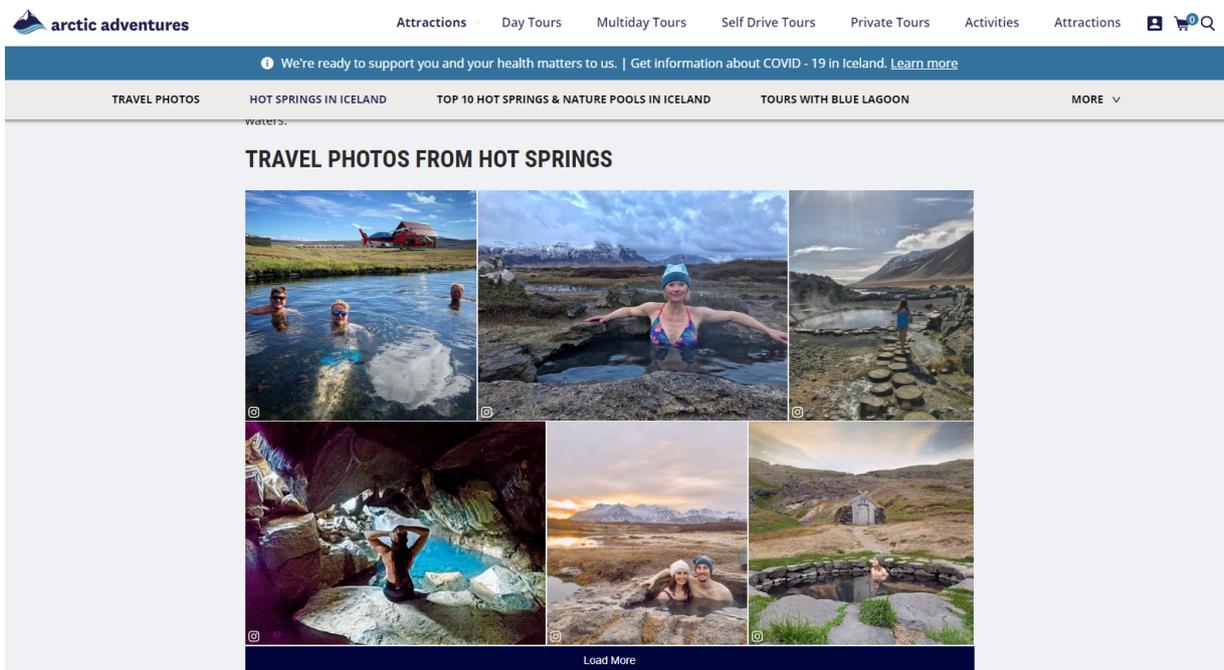


Exibir as experiências únicas de turismo de bem-estar na Islândia utilizando destinos e atrações icônicas existentes

As experiências de bem-estar da Islândia realizam-se principalmente ao ar livre e são únicas, regenerativas, refrescantes e revigorantes. A Islândia continua a construir e a integrar experiências de bem-estar nas suas ofertas existentes; natureza imersiva, ar livre, vida social, ar fresco, fontes termais, cavalos nativos e cerveja, caminhadas em glaciares, desportos de inverno, passeios em cavernas, passeios aéreos, escalada, passeios de 4x4, observação de pássaros, golfe, pesca, passeios a cavalo, passeios de barco, passeios de caiaque, alpinismo, *trekking*, escalada no gelo, passeios de motos de neve, passeios de jipe, passeios ecológicos, culturais e temáticos, safári privado de barco, passeios de helicóptero, observação de papagaios-do-mar...

1. **Respire o ar fresco polar;** a primeira coisa que se nota quando se sai do avião: não há poluição! Também vai notar e sentir o calor geotérmico da ilha.
2. **Beba água islandesa;** conhecida como a água mais pura do mundo. Filtros de neve pura derretem através dos campos de lava que atravessam a nascente de Olfus.
3. **Alimentos biológicos;** o Skyr da Islândia é o iogurte do país; a sua "súpa Íslensk" (sopa islandesa), feita com legumes cultivados em estufas especiais alimentadas pela abundante energia que ferve abaixo da superfície da Islândia.
4. **Experiências atléticas na de neve;** andar de moto de neve ou praticar *mushing* num trenó puxado por cães por superfícies cobertas de neve. Caminhe por um glaciar em Mýrdalsjökull. Monte num cavalo islandês e experiencie o seu único "quinto" trote. Ou tente patinar no gelo no lago Tjörninn, no centro de Reiquiavique.
5. **Encontre a sua consciência espiritual;** a Islândia dispõe de muitos espaços abertos, se quiser ficar sozinho com os seus pensamentos. Sente-se na base de um vulcão, medite em cima de uma enorme rocha de lava na costa sul, perto de Dyrhóley.
6. **Fontes termais;** a Islândia tem mais de 100 fontes e piscinas termais distribuídas por todo o país, uma verdadeira instituição nacional. Como a água é aquecida pelo vapor proveniente do solo, as piscinas geotérmicas da Islândia, as salas de vapor, as saunas, as banheiras e as banheiras de hidromassagem são únicas e populares para relaxar e rejuvenescer a mente e o corpo. As experiências de bem-estar obrigatórias da Islândia incluem definitivamente as suas águas quentes e regenerativas.





7. **Caminhadas** em glaciares, montanhas, vulcões e numa série de paisagens fascinantes e de tirar o fôlego fazem com que cada caminhada valha a pena.

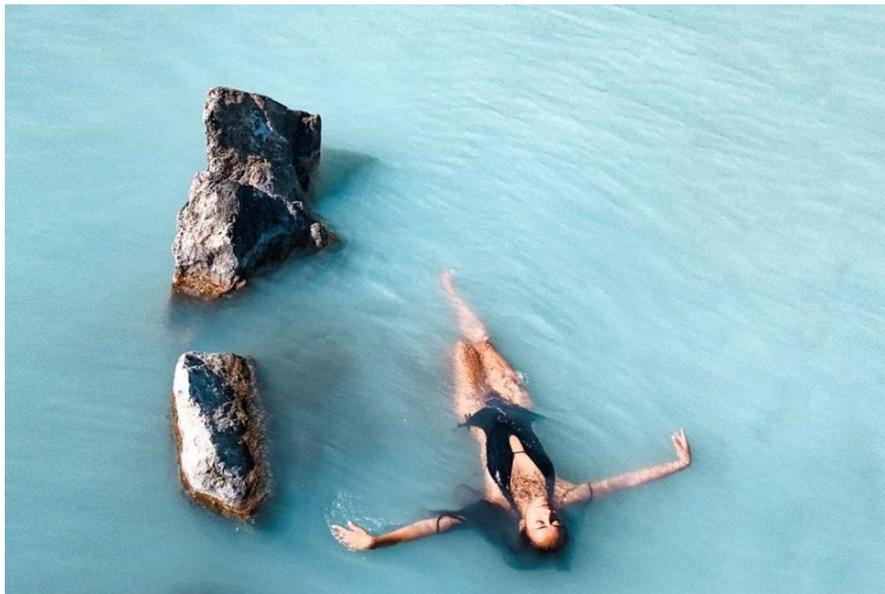


Mantenha-se em forma no trilho de Landmannalaugar, *fotografia por Arctic Adventures*

8. **Lagoas regenerativas** [A Lagoa Azul](#) é uma das mais famosas instalações termais de *spa* e o *spa* geotérmico mais famoso da Islândia. Conhecida pela sua cor azul mágica e pelos poderes regenerativos. A água é muito rica em sílica e outros minerais que nutrem a pele, de tal forma que os médicos islandeses prescrevem receitas aos seus doentes com psoríase para irem para a Lagoa Azul. A Lagoa Azul tem experiências de bem-estar com diferentes preços para os viajantes de bem-estar: o pacote apenas visita da Lagoa Azul ou com dois tipos de alojamento (Silica Hotel, The Retreat Hotel); é ainda possível adicionar um retiro de *spa* ou ir a um restaurante; o restaurante



Lava para um jantar *gourmet* e o Moss são recomendados pelo Guia Michelin de 2019



Lagoas, deixe os seus problemas desaparecerem! *Fotografia por Arctic Adventures*

9. **Andar calmamente de caiaque (ou praticar rafting no rio, para os mais aventureiros!)** tem inúmeros benefícios para a saúde, incluindo exercício cardiovascular moderado e de baixo impacto e a possibilidade de desfrutar do ar fresco e da vitamina D do sol.



Andar de caiaque no glaciar de Solheimajokull *Fotografia por Arctic Adventures*

10. **Andar a cavalo** O contacto com os animais, especialmente cavalos, é fantástico para o seu bem-estar (com vários [estudos que sustentam este facto](#)). Andar a cavalo requer calma, atenção e um bom relacionamento (por mais breve que seja) com o seu animal. [O passeio a cavalo na Praia da Areia Negra](#) é na cativante praia de Víkurfjara que parece ser de outro mundo. Coberta de areia negra e rodeada por invulgares formações rochosas vulcânicas, esta (como grande parte da Islândia!) praia é um local inédito na Terra.





Cavalos em campos de tremoços, no sopé da montanha Kirkjufell



Aurora Boreal, Islândia



Itinerário de 7 dias na famosa região de Reiquiavique, Islândia

Os operadores externos de turismo de bem-estar **G Adventures** dedicaram um pacote ao bem-estar, [Wellness Iceland](#), que leva os viajantes de bem-estar à região de Reiquiavique numa visita guiada de 7 dias.

A sua viagem relaxante através da costa sul do país começa com uma caminhada na Colina de Öskjuhlíð com vista para a arquitetura em mosaico de Reiquiavique. O transporte privado oferece-lhe o luxo do tempo para ver as paisagens icónicas do Círculo Dourado e do Parque Nacional de Thingvellir antes de visitar as deslumbrantes praias de areia negra de Reynisfjara para uma sessão de meditação única. E, claro, uma visita à Islândia não estaria completa sem uma paragem na Lagoa Azul, um local muito popular, aquecido de forma natural, para os viajantes dispostos a dar meia-volta ao mundo apenas para relaxar. ([G Adventures](#))

A Islândia desenvolveu uma região de turismo de bem-estar única utilizando o Parque Nacional de Vatnajökull

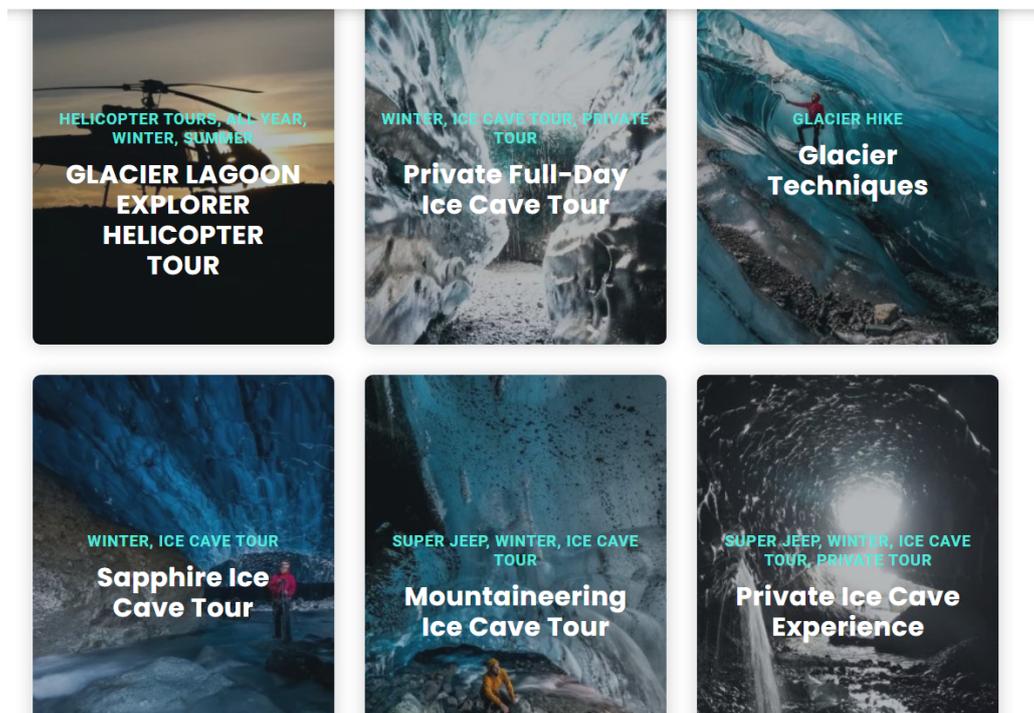
Título Parque Nacional de Vatnajökull, Islândia

Descrição O Parque Nacional de Vatnajökull é, em todos os sentidos, a terra do gelo e do fogo, com os seus glaciares imponentes e vulcões ativos. Essas forças têm vindo a moldar a terra há muitos milhares de anos e os exemplos mais próximos disso são as poderosas erupções de 2010 em Eyjafjallajökull e de 2011 em Grímsvötn. Há paisagens incríveis na região - montanhas, lagos, praias de areia negra, pastos e prados verdes, poderosos rios glaciais, sublimes cascatas e vastos campos de lava, alguns cobertos de musgo espesso e sensível. O Parque Nacional de Vatnajökull é o maior parque nacional da Islândia (14 700 km²). É uma área selvagem protegida estabelecida em 2008 em torno do enorme glaciar de Vatnajökull que cobre cerca de um duodécimo da Islândia. Vatnajökull é o maior glaciar da Europa, com cerca de 8100 km² com a montanha mais alta do país, Hvannadalshnjukur (2010 m). O glaciar Vatnajökull tem, na maioria dos lugares, cerca de 400-600 m de espessura, mas na sua maioria tem cerca de 950 m de espessura. A região inclui Jökulsárlón, uma lagoa glacial com icebergues, e as cascatas de Svartifoss e Dettifosis. Skaftafell é a porta de entrada para o parque com um centro de visitantes, acampamento e trilhos para caminhadas. O turismo de bem-estar é imediatamente evidente no sítio Web "Allow Us to Take Care Of You" [Permita-nos cuidar de si].





Experiências de turismo de bem-estar Existem múltiplos polos com destinos que enfatizam experiências de bem-estar da natureza, aventura calma, atividade física e viagens de *mindfulness*. Os empresários do turismo da região têm desenvolvido atividades ao ar livre baseadas na natureza, sendo várias delas experiências de bem-estar. Aproveitam os recursos naturais da região, como os enormes glaciares, grutas de gelo, picos de montanha com neve, vistas e paisagens pitorescas, clima exterior favorável, seleção de trilhos para caminhadas, locais históricos, auroras boreais, fogos de artifício, áreas geotérmicas ativas e rios. Os seus principais objetivos são proteger a natureza e a vida selvagem, assegurar o acesso público à natureza, investigar e educar e reforçar o povoamento e a atividade económica sustentável na sua vizinhança.





Oportunidade 2 Benefícios para comunidades e outros setores

Para que outros setores e comunidades beneficiem das oportunidades apresentadas pelo turismo de bem-estar, os governos e as regiões precisam de adaptar políticas de desenvolvimento orientadas para o bem-estar, desenvolver iniciativas nacionais, incentivar o investimento e parcerias e integrar-se com outros setores de bem-estar.

O turismo de bem-estar, integrado com o desenvolvimento nacional, regional e comunitário traz uma vasta gama de oportunidades e benefícios aos destinos e às pessoas que aí vivem, desenvolvimento sustentável, criação de emprego, orgulho pelo lugar, conservação da natureza e dos recursos locais, etc.

À medida que os governos e a indústria do turismo evoluem no que diz respeito à compreensão do turismo de bem-estar, as regiões já não o consideram como uma oferta turística de nicho isolado para uma pequena fração dos turistas com mais posses, mas sim como uma oportunidade de trazer benefícios abrangentes para as economias locais, outros setores e populações. O turismo de bem-estar pode ter impacto no desenvolvimento empresarial, no crescimento sustentável, no envolvimento social e económico que constam da agenda política mais alargada (*Deloitte, 2013*). Em alguns locais, regiões de turismo de bem-estar, governos e agências de desenvolvimento integraram-no com o planeamento urbano local e regional, desenvolvimento económico, e iniciativas de desenvolvimento comunitário.



Exemplos

- **A Eslovénia** conta com iniciativas nacionais destinadas a incentivar o investimento nos setores do bem-estar ([Annual Tourism Report 2017](#))
- **A Finlândia** procura utilizar parcerias público-privadas para melhorar as suas ofertas de turismo de bem-estar. ([Finland as a Competitive Wellbeing Tourism Destination Report](#))
- **A Itália** lançou recentemente o Terme d'Italia, um projeto que visa estimular a procura de *spas* e *resorts* de bem-estar em oito regiões. O projeto envolve as regiões da Calábria, Emília-Romanha, Lácio, Lombardia, Apúlia, Sicília, Véneto, e a Província Autónoma de Bolzano.

São várias as partes interessadas e comunidades que podem colaborar para desenvolver e beneficiar tais iniciativas de bem-estar, incluindo muitos intervenientes governamentais envolvidos no desenvolvimento turístico, económico, social, sanitário e ambiental. A colaboração das comunidades, das empresas privadas e das partes interessadas do setor público nestes setores é fundamental para que os destinos e as regiões desenvolvam com sucesso o turismo de bem-estar e para maximizar os impactos económicos e sociais positivos. São necessárias partes interessadas do turismo de bem-estar dos setores-chave, da hotelaria e da infraestrutura turística, do estilo de vida de bem-estar, do bem-estar e da prevenção, e do governo. Os decisores políticos precisam de facilitar a unificação e a parceria de tais setores e partes interessadas, através da modernização de quadros regulamentares e legislativos, incentivando e cultivando parcerias, e explorando formas de desenvolver políticas e regiões de turismo capazes de perdurar no futuro.

Many Stakeholders Can Collaborate and Benefit from Wellness Tourism



Source: Global Wellness Institute



Algumas regiões já estão a associar o turismo de bem-estar ao desenvolvimento mais amplo de um polo da indústria de bem-estar que pode fazer crescer as oportunidades de negócios e de emprego locais. Por exemplo, **a região austríaca de Tirol** tem aproveitado o turismo de bem-estar para desenvolver uma iniciativa mais ampla chamada "Cluster Wellness Tirol" para cultivar outras oportunidades económicas e inovação em torno do bem-estar. Atualmente, criou uma rede de bem-estar, que inclui mais de 100 empresas em telemedicina, alimentação, nutrição, equipamento e tecnologia de *spa*, bem-estar no local de trabalho, ciclismo de montanha, natação, ciclismo de estrada, caminhadas e outros campos relacionados com o bem-estar.



Região de Tirol, na Áustria; Imagem por successtours.com

As parcerias entre vários países e regiões (Grécia, Alemanha, Hungria, Portugal, França e Bulgária) estão a formar os Roman Thermal Spas of Europe (*Spas* Termiais Romanos da Europa), que visa desenvolver e promover pacotes de turismo termal abrangendo *spas* e *resorts* de saúde de origem romana.

O turismo de bem-estar também oferece aos destinos uma oportunidade de reduzir a sazonalidade dos fluxos de visitantes. Por exemplo, os destinos de esqui podem atrair viajantes de bem-estar interessados em caminhadas e outras atividades ao ar livre no verão, enquanto os destinos de praia podem apelar aos viajantes que procuram um ambiente mais tranquilo para relaxar ou fazer um retiro durante o inverno.

Existe também um enorme potencial e oportunidades para os destinos e as regiões se integrarem com outros setores de bem-estar e trabalharem em conjunto para explorar a economia do bem-estar. Os números falam por si: a alimentação saudável, nutrição e a perda de peso valem 702 mil milhões de dólares, o *fitness* e mente-corpo 595 mil milhões



de dólares, a tecnologia será o segundo mercado que mais cresce a 8,6% por ano, mas o setor **Mindful Movement** será aquele com maior crescimento, 12% por ano de 2018 a 2023.

Estudo de caso: A nova campanha de turismo de bem-estar da Eslovénia integra-se com outros setores de bem-estar e megatendências



Abordagem

Título A Eslovénia já está a adaptar o "mind movement" na sua nova imagem de marca **"Wellness and Selfness"**

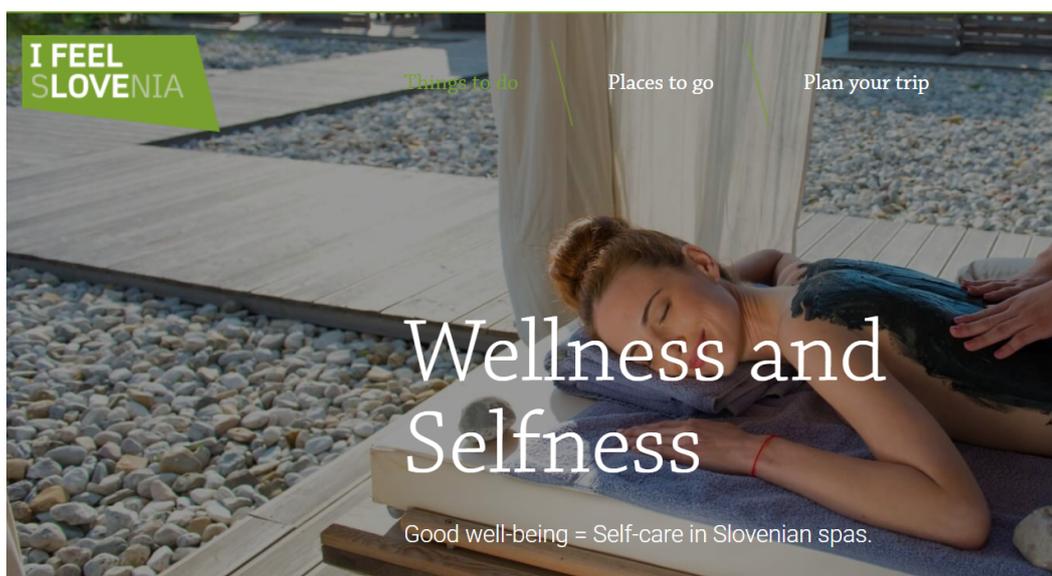
Descrição A Eslovénia é um exemplo de uma nova e emergente região de turismo de bem-estar que está a desenvolver um produto e uma marca de turismo de bem-estar verdadeiramente autênticos e locais. Aderiram ao **"Mind Movement"** e utilizaram-no na sua nova campanha de imagem de marca de turismo de bem-estar **"Wellness and Selfness"**

O conceito de "selfness" engloba uma nova tendência em bem-estar que se centra na MENTE (MIND) como sendo a parte mais importante de cada pessoa. Inclui atividade física, relaxamento, desintoxicação, melhoria da autorregeneração e autossatisfação. Oferece efeitos a longo prazo, em vez de apenas prazer momentâneo.

A Eslovénia adotou o *Mind Movement* na sua estratégia de turismo de bem-estar,



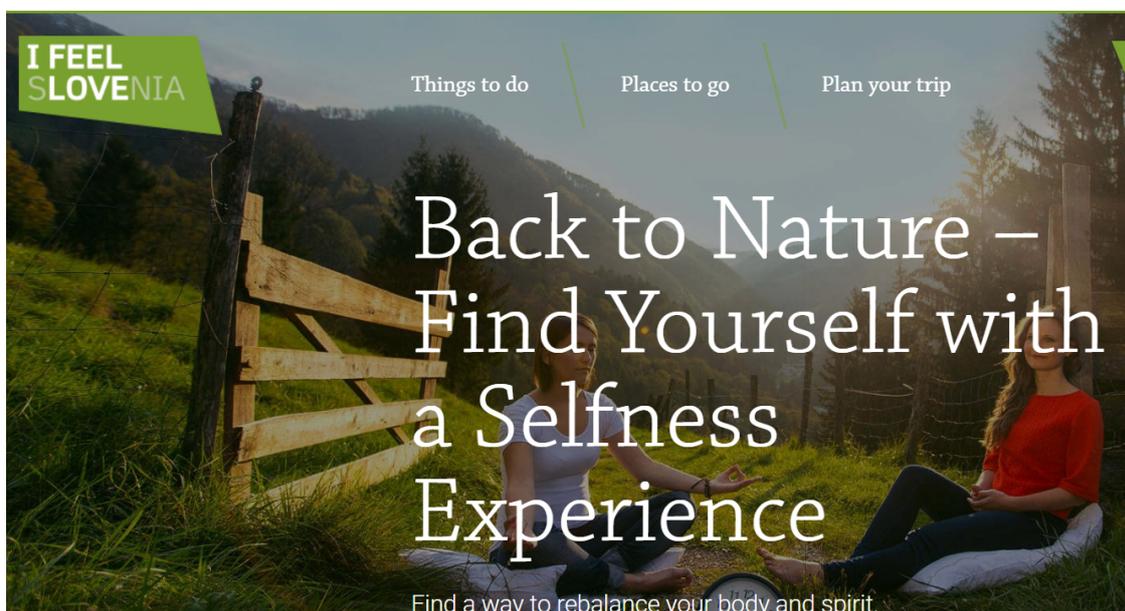
desenvolvendo e criando a campanha "**Wellness and Selfness**", complementando assim a sua principal imagem de marca abrangente de turismo "**I Feel Slovenia**", construindo com sucesso uma oferta de turismo de bem-estar de valor elevado para combater o turismo de massas e reduzir a sazonalidade. A campanha de turismo "**Wellness and Selfness**" desenvolveu as regiões eslovenas e aumentou a sensibilização para o turismo de bem-estar em torno das suas características naturais e culturais únicas. Também associa a oferta de "wellness" existente com uma nova e diversificada oferta de "selfness", redefinindo as suas experiências de turismo de bem-estar e oferecendo uma maior escolha aos seus turistas, assegurando que a região é conhecida como um destino centrado na saúde, propósito e felicidade.



A campanha eslovena é única porque tem como pano de fundo um ambiente saudável da natureza, que tem efeitos terapêuticos sobre nós com as suas cores relaxantes, sons subtis calmantes e ar fresco regenerante. As campanhas de "wellness" com relaxamento e tratamento são complementadas por campanhas de "selfness" - em conjunto, o "wellness and selfness" são concebidos para criar um estilo de vida que coloca a saúde física e mental, e a boa energia no seu centro. Relaxe com experiências de "wellness", revigore-se com descobertas de *selfness*.

- **Espírito e mente** - pontos energéticos positivos, envolvimento com a natureza, eventos sociais e culturais, visitas guiadas, *workshops*, palestras, etc.
- **Saúde** - serviços de "wellness" associados à medicina tradicional e clínicas de beleza.
- **Cozinha vital** - uma seleção de várias dietas vegetarianas e macrobióticas.
- **Beleza e cosmética** - serviços prestados em centros de beleza, produtos naturais, massagens cosméticas, pedicure, manicure e salões de cabeleireiro
- **Relaxamento, conforto** - várias massagens e banhos, prática de ioga, pilates e *tai chi*





A campanha encontra-se dividida em várias campanhas: "**Find a way to rebalance your body and spirit**" encontra-se refletido na campanha "**Back to Nature – Find Yourself with a Selfness Experience**". Abaixo encontra-se a campanha e exemplos dos tipos de experiências de "Selfness" incluídos em cada tema. Por exemplo, os visitantes do tema "**Selfness. Life as an Individual**" «aprendem a redirecionar e voltar a ligar-se a si próprios, a gerir o *stress*, técnicas de autorregeneração e a relaxar».

- **Fiel a si mesmo** Experiencie o exclusivo *forest selfness* no coração das florestas de Cerčno; as cores relaxantes da natureza, os sons calmantes e o ar regenerativo irão ajudá-lo a reconectar-se consigo mesmo. Ande descalço na relva coberta de orvalho para obter uma melhor circulação sanguínea.
- **Energia positiva em pontos energéticos** A Eslovénia é o lar de inúmeros pontos e centros energéticos onde pode sentir os efeitos positivos e um aumento da energia da vida nova. Experiencie uma onda de energia saudável nos Alpes Julianos, no **Vale Soča**. Explore as florestas de Pohorje que podem levá-lo ao **trilho energético Bolfenk** e recupere as suas forças no encantador cenário de **Sveta Trojica v Slovenskih Gorica**.



Oportunidade 3 Benefícios indiretos para PME e serviços

O turismo de bem-estar também cria oportunidades e benefícios indiretos para as PME e serviços

As PME, empresas e serviços de turismo de bem-estar indiretos obtêm despesas através do trabalho e da colaboração com empresas de bem-estar diretas, adaptando-se à tendência do turismo de bem-estar e, melhor ainda, através da integração do bem-estar nas suas ofertas

Estima-se que o "bem-estar" seja uma indústria global de 4,5 biliões de dólares envolvendo mais de 10 setores. O crescente mercado do turismo de bem-estar vale 639,4 mil milhões de dólares com os viajantes de bem-estar distribuídos por muitos segmentos, o que inclui negócios direta e indiretamente relacionados com a indústria do turismo de bem-estar. Os consumidores inquiridos sobre o que fariam para melhorar ou manter o seu bem-estar afirmaram que "tirar uma folga, férias ou fazer um retiro" ocupava o quarto lugar, atrás da atividade física, comer melhor, e visitar um *spa* (*Stanford Research Institute 2012*). Isto mostra o valor que os consumidores atribuem às experiências de turismo de bem-estar. Os viajantes de bem-estar (especialmente os viajantes de bem-estar secundário) procuram manter o seu estilo de vida de bem-estar durante as viagens.

Dentro de cada segmento do turismo de bem-estar, estas despesas diretas do consumidor em atividades centradas no bem-estar (tais como visitar as fontes termais, receber uma massagem, ou ter uma aula de meditação ou de *fitness*) tais como *spas*, retiros de bem-estar, fontes termais/minerais, e campos de treino, estúdios de ioga, ginásios, centros de *fitness*, e este estilo de vida podem englobar alimentação saudável, rotinas de exercício/*fitness*, lojas/mercados de comida saudável, eventos, artes e ofícios, museus, práticas mente-corpo, experiências da natureza, ligações com pessoas e culturas locais, etc.,

Além disso, todos os turistas de bem-estar também necessitam de serviços e experiências indiretas ou de fazer despesas "genéricas" no transporte, alimentação e alojamento, compra de lembranças, atividades, excursões, outros serviços, e provavelmente irão procurar compras ou entretenimento - as empresas indiretas beneficiam do turismo de bem-estar e fazem parte da economia do turismo.



Wellness Tourism Industry in 2017



Data combine both inbound/international and domestic wellness tourism spending, and also include both primary and secondary wellness trips.

Source: Estimates by the Global Wellness Institute, based on tourism industry data from Euromonitor International.

À medida que mais consumidores incorporam o bem-estar nos seus estilos de vida, isto cria cada vez mais oportunidades para que as empresas de turismo existentes se adaptem à **tendência** e consigam despesas através da integração de bem-estar nas suas ofertas; criando pacotes em conjunto, diversificando ofertas, fazendo parcerias com marcas, trabalhando em conjunto como destino ou região, reunindo recursos e planeando coletivamente a região de turismo de bem-estar para se tornar uma região competitiva. O DETOUR: Recurso 2 mostra-lhe como desenvolver ainda mais o seu destino turístico de bem-estar, pacotes, *placemaking* digital, imagem de marca e muito mais.

Ao integrar o bem-estar em todos os tipos de comodidades e serviços, as empresas podem diferenciar-se, fornecer mais valor e captar viajantes com maiores gastos em bem-estar.

Algumas das experiências de bem-estar mais simples e flexíveis podem ser adaptadas pelas empresas ao fornecer um instrutor de ioga; oferecer caminhadas guiadas, viagens de bem-estar, ou tratamento num *spa* local, incorporar pratos saudáveis nos menus, integrar abordagens ecológicas sustentáveis, fornecer bicicletas para os hóspedes usarem gratuitamente ou alugar, oferecer outras experiências de bem-estar local.

Na próxima secção, analisamos a forma como as empresas o têm feito. Como os transportes, hotéis, alimentação, retalho e outros setores já o estão a fazer. Os aeroportos estão a fornecer *spas* para os viajantes de bem-estar em trânsito; os hotéis estão a centrar-se no bem-estar para aqueles que querem dormir melhor e procuram rotinas de *fitness* regulares; os restaurantes especializados estão a servir refeições saudáveis, biológicas ou de cozinha local;



as empresas de transporte estão a adotar a utilização de combustíveis limpos ou veículos com baixas/zero emissões e as lojas de lembranças estão a vender produtos que estão ligados às tradições únicas do bem-estar local. (*Global Wellness Institute*)

Exemplos

Setor dos transportes Por reconhecerem que as viagens aéreas podem ser pouco saudáveis e stressantes, os aeroportos e as companhias aéreas estão a promover programas de saúde e de bem-estar para os seus clientes. As colaborações entre aeroportos, companhias aéreas e empresas de bem-estar estão a assumir várias formas: *spas* de alta qualidade, centros de *fitness* e aulas de bem-estar em terminais e salas de espera das companhias aéreas; meditação a bordo, programação de bem-estar e auxiliares de sono; opções de alimentação mais saudáveis; e ainda um *design* mais saudável/biofílico do aeroporto.

- **Zurique** oferece a possibilidade de andar de bicicleta e patins em linha ao ar livre no seu aeroporto, disponibilizando o aluguer de patins em linha e bicicletas.
- **Em Singapura**, os viajantes no aeroporto de Changi podem relaxar em salas de *fitness*, *spas* de alta qualidade, e numa piscina e jacuzzi no telhado; visitar jardins floridos ao ar livre, ou até experimentar a arte meditativa da escultura em madeira.
- **A Lufthansa** fornece aos seus passageiros máscaras de sono especialmente concebidas para os ajudar a monitorizar o seu sono, os seus Sleep Headphone (auscultadores para dormir) e a sua aplicação ajudam-no a bloquear o som para evitar o *jet lag*.
- **A Qantas, Hawaiian Airlines, Cathay Pacific** e outras companhias aéreas oferecem meditação durante o voo e uma programação de bem-estar como parte dos seus pacotes de entretenimento a bordo.

Setor do alojamento À medida que as viagens de bem-estar se tornam mais comuns, muitos hotéis estão a incorporar o bem-estar no seu *design*, comodidades, serviços e programação. As características de bem-estar podem incluir roupa de cama e iluminação que promovem um sono de qualidade, janelas e estores que bloqueiam a luz e o ruído, equipamento de *fitness* no quarto e vídeos, petiscos saudáveis e menus em restaurantes, ou *spas* e ginásios no local. As aquisições, parcerias e colaborações entre empresas hoteleiras e marcas de *fitness*, *spa* e outras marcas de bem-estar são cada vez mais comuns. Uma tendência emergente é a adoção de uma arquitetura de bem-estar, *design* biofílico e elementos de sustentabilidade em todo o *design* da propriedade.

- **A Marriott** criou uma variedade de novas ofertas de saúde e bem-estar, incluindo programação de *fitness* no quarto, retiros de bem-estar imersivo, alimentação saudável e opções de *fitness* ao ar livre.
- **A Westin** expandiu-se para uma estratégia de saúde e bem-estar totalmente integrada que aborda **seis pilares do bem-estar** para os hóspedes (comer, dormir, mover-se, sentir, trabalhar e divertir-se bem)
 - **A Hilton** introduziu o seu programa **“Five Feet to Fitness”** que disponibiliza mais de 11 equipamentos de *fitness* diferentes em quartos de hóspedes. O grupo Six Senses dá



destaque à iniciativa "Eat and Sleep with Six Senses" para permitir que os hóspedes se concentrem na qualidade do sono e na alimentação saudável.

Tecnologia, retalho, produtos e marcas À medida que as rotinas de bem-estar se tornam um estilo de vida diário para muitos consumidores, os produtos e as marcas estão a seguir os seus clientes nas suas viagens para os ajudar a manter estas rotinas onde quer que vão.

- **Os Westin Hotels** estabeleceram uma parceria com a **Peloton**, uma empresa de equipamentos de exercício e que fornece treinos ao vivo ou mediante pedido
- **Empresas de retalho e de produtos** como a **Lululemon** (vestuário desportivo atlético) e a **Free People** (vestuário boémio feminino) estão a expandir as suas marcas de bem-estar a experiências, tais como oferecer retiros de bem-estar aos seus clientes.
- **A ClassPass** oferece acesso a diferentes aulas de *fitness*, tais como ioga, artes marciais, pilates, e oferece também pacotes de subscrição de *fitness* que permitem aos clientes fazer uma variedade de aulas de estúdio. Atualmente, está a associar-se aos destinos turísticos como uma nova forma de integração no mundo das viagens, do trabalho e do bem-estar.



Oportunidade 4 Turismo responsável e sustentável

O turismo de bem-estar é uma forma responsável e sustentável de desenvolvimento turístico

O turismo de bem-estar é uma forma sustentável e responsável a nível ambiental e social de desenvolvimento turístico. Este é um fator cada vez mais importante para os turistas, uma vez que não só os beneficia a si próprios, mas também aos habitantes dos destinos e do resto do mundo

Os viajantes de bem-estar também querem conectar-se e participar no bem-estar do lugar ou das regiões que visitam. O turismo responsável tem vindo a generalizar-se nos últimos anos, particularmente à medida que uma crescente consciência pública realça o impacto dos visitantes nas comunidades locais e no ambiente. Os viajantes de bem-estar irão continuar a procurar e esperar quartos, comida, comodidades, e programação saudáveis, mas também estão cada vez mais interessados em como impactam os ambientes em que se envolvem, como as pessoas vivem e se as pessoas são bem cuidadas nos locais que visitam. Ao reconhecer que o bem-estar de um lugar é o ADN da sua autêntica oferta de bem-estar, mais destinos e regiões tais como o Wellness Valley em Romanha, Itália, "**O primeiro distrito mundial de bem-estar e qualidade de vida**", estão a dar prioridade ao bem-estar dos seus residentes e do seu ambiente para criar a sua própria proposta de valor e marca de bem-estar única.

40% dos veraneantes revelou que as credenciais de sustentabilidade do seu provedor de serviços de viagens são um fator importante na reserva de férias - um aumento comparativamente aos 24% em 2014

Relatório ABTA

O turismo de bem-estar pode ajudar os destinos a mitigar os impactos negativos do turismo de massas ou do excesso de turismo. Como os viajantes do bem-estar tendem a ser grandes gastadores e favorecem experiências autênticas e únicas, há menos pressão para que os destinos se envolvam numa estratégia baseada na quantidade e não na qualidade e no preço. Para que o bem-estar exista, as comunidades e ambientes em que nos envolvemos também devem estar "**bem**". A economia do bem-estar abraça plenamente a mentalidade consumista com vista à contribuição. Os futuros viajantes de bem-estar irão associar cada vez mais a transformação pessoal às ligações que estabelecem durante as viagens e aos seus impactos nas pessoas e nos lugares que tocam, de modo que as viagens de bem-estar se tornem um intercâmbio bidirecional mais significativo entre os viajantes e o destino, em vez de uma transação comercial e consumista unilateral. Esta evolução do consumidor, juntamente com o desenvolvimento do turismo de bem-estar, pode desempenhar um papel importante na



atenuação dos impactos negativos do excesso de turismo em alguns destinos e regiões populares.

Exemplos

Globalmente, a Westin Hotels & Resorts organizou e patrocinou atividades que permitem aos hóspedes retribuir aos lugares que estão a visitar, tais como **plogging** (uma moda sueca de *fitness* que combina apanhar o lixo enquanto faz *jogging*) ou combinar a limpeza da praia com atividades de *paddleboarding*. Levando o seu conceito central de bem-estar mais longe em direção à ideia de contribuição, a Westin também lançou o seu **programa ThreadForward** para transformar a roupa de cama de hotel usada em pijamas para crianças necessitadas.

Na Irlanda, Strandhill, Sligo é uma impressionante e única praia com uma região costeira rodeada de paisagens surpreendentes. Ganhou o prémio EDEN de 2019 de **Destino de Bem-Estar**. Strandhill integra princípios de sustentabilidade e alterações climáticas em todas as suas experiências de bem-estar, tais como o espantoso mercado alimentar de produtores locais, os deliciosos restaurantes, o *surf*, o ioga, a sua paisagem cultural próspera, e os seus icónicos locais de património.



As ilhas do arquipélago dos Açores são pequenas e estão profundamente empenhadas no turismo sustentável, com um modo de vida muito descontraído, incorporando bem-estar e experiências de aventura calma, bem como uma grande oferta de atividades repletas de ação. Tornaram-se recentemente o primeiro arquipélago do mundo a ser oficialmente certificado como **Destino Sustentável** pelo *Earth Check/Global Sustainable Tourism Council* como um destino sustentável para férias, empresas e estilo de vida. O passeio de ciclismo (*autoguiado*) na Terceira, Açores, apresenta uma grande diversidade de oportunidades de lazer e recreação ecológicas. A água é considerada um recurso precioso, pelo que a viagem incentiva os seus hóspedes e líderes turísticos a seguir certas políticas, por exemplo, lavar pratos num recipiente em vez de deixar a água a correr, utilizar sempre um sabão biodegradável para caminhadas ou atividades de bicicleta e nunca utilizá-lo perto de um lago ou de um rio, nunca deitar água com



óleo ou resíduos alimentares num curso de água, etc. As viagens também promovem o respeito e a proteção da fauna e flora dos lugares visitados: não alimentar ou tocar nos animais e não colher flores ou folhas.



Oportunidade 5 Tirar partido das experiências existentes

Para explorar esta tendência, é necessário que as regiões comecem por investigar e desenvolver as experiências de turismo de bem-estar existentes e potenciais

O turismo de bem-estar crescerá a uma taxa média anual de 7,5% até 2022, consideravelmente mais rápido do que os 6,4% de crescimento anual previsto para o turismo global em geral. Esta previsão de crescimento está bem alinhada com o crescimento esperado em muitos setores que se centram no bem-estar e na saúde holística (por exemplo, *fitness*/mente-corpo, alimentação saudável, alimentos biológicos, etc.), à medida que mais consumidores adotam o bem-estar como um valor de estilo de vida dominante e como um fator de decisão.

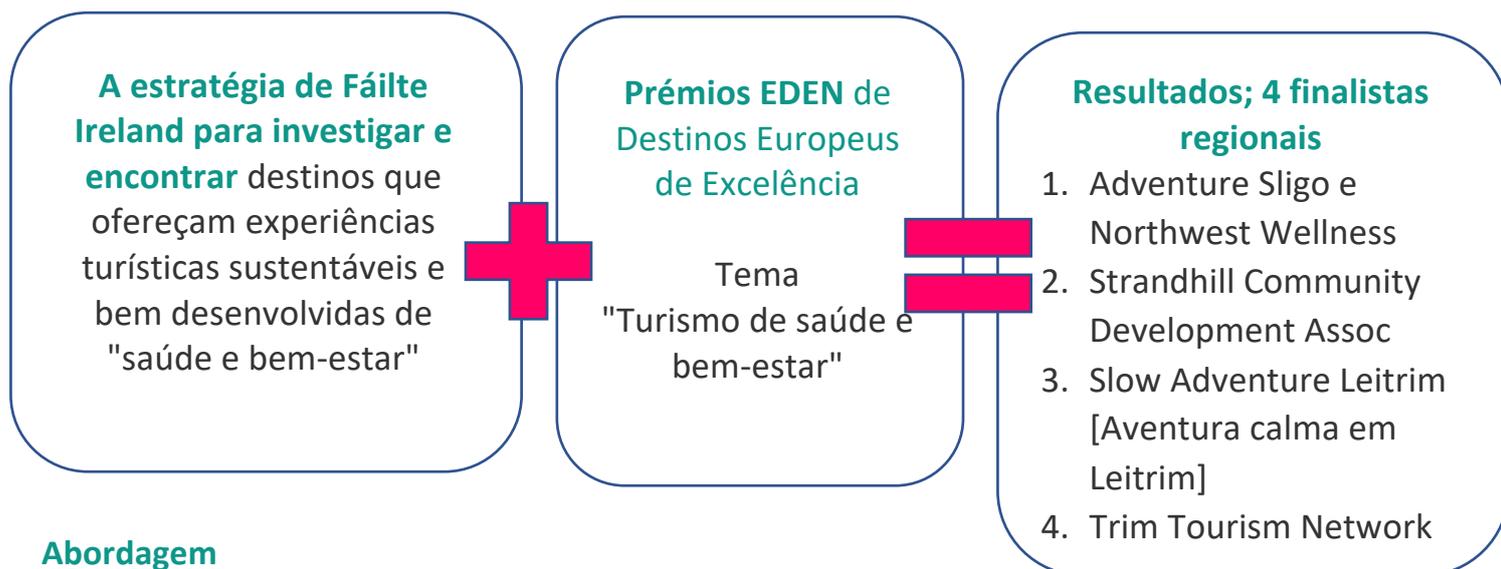
Os setores e regiões de bem-estar estão a aperceber-se de que o setor de bem-estar é um fator de decisão fundamental para os consumidores. Os países estão a analisar o seu bem-estar natural e artificial e os seus recursos turísticos para se empenharem neste fator-chave. Na fase de investigação, é frequentemente notável como destinos únicos podem oferecer uma vantagem e argumentos-chave de venda competitivos. Os seguintes estudos de caso demonstram como as regiões estão a investigar o seu setor de bem-estar e potenciais destinos de desenvolvimento.





ESTUDO DE CASO Irlanda

Irlanda encontra regiões galardoadas utilizando os prêmios europeus EDEN



Abordagem

Título Fáilte Ireland lança os 9.º Prêmios EDEN de Destino Europeu de Excelência com o tema Turismo de saúde e bem-estar

Abordagem A Fáilte Ireland (autoridade nacional de desenvolvimento turístico irlandesa) lançou os 9º Prêmios EDEN de Destino Europeu de Excelência para encontrar e investigar destinos irlandeses que ofereçam experiências turísticas sustentáveis e bem desenvolvidas de "saúde e bem-estar", nas suas regiões como um potencial para aumentar o número de visitantes.



As regiões e empresas incluíam as da **Wild Atlantic Way, do Antigo Oriente da Irlanda, das Hidden Heartlands da Irlanda, e Dublin** que oferecem uma variedade de atividades turísticas de saúde e bem-estar, incluindo ioga e meditação, desporto e *fitness*, e programas nutricionais fornecidos por vários serviços e instalações desde *resorts de spa* a fornecedores de atividades.

Resultado A Fáilte Ireland identificou regiões de turismo de bem-estar altamente valiosas com ofertas diferentes para desenvolver e acrescentar ao portfólio de bem-estar irlandês. Duas das regiões de bem-estar estão no Condado de Sligo (uma centrada na aventura e a outra no estilo de vida de bem-estar), Meath (festival e evento de aventura), e Leitrim (aventura calma)

Os destinos elegíveis foram aqueles onde a densidade de visitantes é baixa; onde o produto turístico foi desenvolvido utilizando turismo de saúde e bem-estar local e regional ao mesmo tempo que se protege o ambiente e se satisfaz as necessidades dos visitantes e residentes; e onde a oferta turística é gerida de modo a assegurar a sua sustentabilidade social, cultural e ambiental.

Fiona Monaghan, Diretora de Atividades da Fáilte Ireland, disse:

"Os visitantes procuram cada vez mais ligar-se aos destinos e comunidades que oferecem experiências autênticas através da natureza e tradições locais e as comunidades em toda a Irlanda estão a participar de várias maneiras para aproveitar estes recursos através do turismo, a fim de proporcionar benefícios sociais e económicos significativos para as suas áreas locais. O tema deste ano de experiências de turismo de saúde e bem-estar dará aos destinos que oferecem uma autêntica oferta de saúde e bem-estar ligada à sua cultura local e recursos naturais uma oportunidade de ganharem reconhecimento pelas suas experiências no palco europeu e encorajamos os elegíveis a candidatarem-se".

A iniciativa EDEN visa não só dar maior visibilidade aos destinos turísticos de excelência menos conhecidos, mas também ajudar profissionais e localidades interessantes a maximizar o seu potencial e a desenvolver serviços turísticos em linha com os princípios do desenvolvimento sustentável.

Os destinos elegíveis eram aqueles:

1. Que são... "**pequenos**" ou "**emergentes**", "**fora dos circuitos habituais**" e "**não-tradicionais**" (a classificação do número de visitantes de baixo para muito baixo em comparação com a média nacional). A média nacional é estimada em 16 000 noites por visitantes estrangeiros por ano.
2. Cujas ofertas específicas deveriam ter sido implementadas, pelo menos, desde 2017.
3. Que oferecem experiências turísticas autênticas.
4. Que são representados por uma Organização de Gestão de Destinos que tem capacidade na gestão sustentável do turismo.



5. Que têm autoridades locais com capacidade para gerir o seu próprio destino de forma a garantir a sustentabilidade social, cultural e ambiental.
6. Que terão agências, ONG ou autoridades encarregadas de proteger e promover o património natural e cultural com capacidade para adotar práticas de turismo sustentável.
7. Destinos que têm uma oferta de turismo de saúde e bem-estar bem desenvolvida que seja característica da região.

Os quatro finalistas irlandeses de Destino de Saúde e Bem-Estar foram:

1. Adventure Sligo e Northwest Wellness (Sligo)
2. Strandhill Community Development Association (Sligo) (vencedor geral)
3. Slow Adventure Leitrim [Aventura calma em Leitrim] (Leitrim)
4. Trim Tourism Network (Meath)



Fiona Monaghan, Diretora de Atividades da Fáilte Ireland, disse:

"Temos o prazer de anunciar os quatro finalistas irlandeses na competição EDEN deste ano. Cada um destes candidatos em Sligo, Leitrim e Meath demonstrou os melhores exemplos de como o turismo de saúde e bem-estar tem sido utilizado para beneficiar tanto os turistas como as comunidades locais. Estes destinos oferecem uma variedade de atividades turísticas de saúde e bem-estar, incluindo ioga e meditação, desporto e fitness, e programas nutricionais."

"O concurso EDEN não só chama a atenção para destinos turísticos emergentes, como também destaca as empresas utilizando práticas sustentáveis para proporcionar experiências turísticas únicas que prolongam a temporada turística tradicional - isto alinha-se perfeitamente com o que a Fáilte Ireland está a tentar alcançar".





A Adventure Sligo da Irlanda e as PME de bem-estar no noroeste posicionam Sligo como uma região de bem-estar

Adventure Sligo e Northwest Wellness

12 Experiências de bem-estar e aventura em PME baseadas na região de Sligo

6 fornecedores de alojamento

De diferentes tipos em diferentes localizações, com diferentes níveis de preço

Outras experiências de bem-estar Complementares (por exemplo, alimentação, ioga, mercado de produtores...)

7 pacotes regionais de bem-estar simples, mas orientados

com diferentes experiências, tipos de alojamento, preços, localizações, experiências turísticas de bem-estar complementares

Abordagem

Título Destaque para Adventure Sligo e Northwest Wellness (Sligo) como candidatos de Fáilte Ireland para os prémios EDEN, onde 12 PME de bem-estar e aventura se juntam

Descrição As experiências de bem-estar da Adventure Sligo centram-se na aventura e nos benefícios de bem-estar de tais atividades e no contacto com a natureza e o ar livre. A paisagem rural de Sligo está repleta da beleza natural, de património e de locais megalíticos mais antigos do que as pirâmides. Deixe-se inspirar com uma caminhada guiada ou um passeio de caiaque com a Northwest Adventure Tours, Seatrails, Sligo Kayak Tours ou Wild Wet Adventures. Os visitantes podem escolher o planalto Benbulbin na Irlanda, os locais megalíticos em Carrowkeel, as cavernas pré-históricas de Keash, a natureza da Ox Mountain, e muito mais. A Carraig Climbing pode levá-lo a novas alturas em ambientes deslumbrantes.



Localizadas na costa de *surf* da Wild Atlantic Way, as praias deslumbrantes de Sligo são perfeitas para o *surf*, *bodyboard* e *Stand up Paddling* com a Harbour SUP N Sail, Sligo Bay SUP, Sligo Surf Experience, ou Strandhill Surf Experience à escolha. Praias mundialmente conhecidas de Mullaghmore, Strandhill, Easkey a Enniscrone.



Abordagem Assim que entra na página do sítio Web é-lhe pedido que escolha a sua aventura de bem-estar e selecione entre uma série de experiências de bem-estar que são únicas devido ao destino em que operam. As 12 PME de bem-estar desenvolveram então as suas experiências de bem-estar de aventura em pacotes muito simples de 2 dias, onde se juntam a hotéis locais, incluindo alimentação e outras experiências complementares de bem-estar por um preço reduzido para se adequarem às suas necessidades de mercado.

1. [Carraig Climbing](#): escalada, caminhadas, caminhadas guiadas de montanha, famílias/grupos, experiência educacional, trilhos, montanhas e rochas fora dos circuitos habituais
2. [Sligo Surf Experience](#): *bodyboard*, *surf*, surfista profissional, Wild Atlantic Way, 2,5 horas de experiência guiada, equipamento de *surf*, instalações na praia de Strandhill
3. [Strandhill Surf Experience](#): professor de *surf*, acampamentos de verão, segurança marítima, jogos de praia, caminhadas ecológicas, aulas de *surf*/grupos/individuais, ioga para *surf*, e pacotes.
4. [Wellbeing Warrior](#): ioga, excursões divertidas e edificantes, aventura, e práticas de *mindfulness*, atividades de aventura (caminhadas, SUP, *surf*), e meditação
5. [Wild West Sailing](#): Wild Atlantic Way, viagens de meio-dia/dia completo/vários dias, Mullaghmore, Rosses Point, Lough Gill, Slieve League Cliffs, Ilha Tory, Broadhaven, Inisboffin, França e Escócia, formação em barcos a motor e em navegação.
6. [Sligo Kayak Tours](#): passeios de caiaque em estuários costeiros, lagos interiores, natureza intacta e marcos mundiais.



7. [Wild Wet Adventures](#): caiaque, canoagem, SUP, caminhadas, *bushcraft*, tiro com arco, orientação, percursos de corrida, *team building*, aulas na água e caminhadas guiadas.
8. [Harbour SUP n'Sail](#): Enniscrone, Quay Ballina, aulas de SUP, aluguer e viagens de aventura.
9. [North West Tour Adventures](#): ciclismo guiado, caminhadas, caminhadas SUP, ciclismo e mergulho livre
10. [Equitação](#): passeios pitorescos na praia, 5 horas por dia ou 30 minutos para crianças
11. [Pesca à linha](#): barcos fretados, pescar, passeio de ecoturismo
12. [Seatrails](#): visitas guiadas a pé pelo património



Hall (1992, 151) fornece uma análise do turismo de saúde dentro do contexto do turismo de aventura e do turismo desportivo. O turismo de saúde é comparado ao turismo com base nas suas atividades em particular

Pacotes Adventure Sligo

- **Island View Riding Stables**, pacote de 2 dias/alojamento/5 horas de equitação
- **Sligo Surf Experience**, pacote de 2 dias/alojamento/duas aulas de *surf*
- **Wild Wet Adventures**, pacote de 2 dias/alojamento/refeição à noite, escolha da atividade
- **Wellbeing Warrior**, pacote de 2 dias/alojamento/experiências de ioga e bem-estar
- **Sligo Bay SUP**, pacote de 2 dias/aula de SUP
- **Pacote Adventure Tours**, 2 dias/alojamento/caminhadas guiadas e mercado de produtores

Resumo do pacote de alojamento de 2 dias da Northwest Adventure Tours

- Pacote de 2 dias/alojamento (alojamento e pequeno-almoço) no Hotel Riverside
- Pausa para caminhadas guiadas, subir três dos picos icónicos de Sligo (Benbulbin, Montanhas Ox e Knocknarea)



- Um trilho costeiro até ao mercado de produtores de Strandhill num hangar de aviões situado nas dunas, seguido de um almoço de Paella

Detalhes completos de [todos os pacotes](#)

Oportunidade 6 Diferenciação de destino

As regiões podem diferenciar-se ao desenvolver e adotar as experiências existentes para se adequarem ao viajante de bem-estar

A procura de regiões para se diferenciarem na conceção dos seus destinos, na elaboração das experiências dos seus hóspedes e na manutenção da autenticidade é um desafio contínuo. Desde a recessão, as pessoas estão a apostar cada vez mais nas atividades de saúde e bem-estar. Os fornecedores de turismo já tiraram partido da oportunidade e oferecem pacotes atrativos de bem-estar nos seus destinos e regiões. Os prestadores de serviços turísticos, especialmente os hotéis de luxo, foram rápidos a aperceber-se destes factos e criaram uma série de serviços de bem-estar, tais como *spa* e tratamentos de saúde, terapia de saúde ocupacional, tratamentos de beleza, instalações desportivas, atividades espirituais, massagens, e programas de reabilitação, etc.

Novas PME, destinos e prestadores de serviços também estão a aderir e a diversificar as suas experiências de bem-estar. Em termos de diversificação das ofertas existentes de PME, muitas experiências de turismo de bem-estar não dependem da localização, pelo que é fácil para muitas regiões adaptar recursos humanos e competências, práticas de ensino de bem-estar, serviços, técnicas e ofertas. Exemplos: campos de treino, retiros de meditação e silêncio, atividades na natureza e modalidades de bem-estar (tais como caminhadas em direção a um local pitoresco para meditação), ou ioga, e *tai chi* num ambiente exterior. Estas competências de bem-estar podem ser aprendidas, adaptadas, desenvolvidas e aplicadas às ofertas complementares existentes das PME e regiões de turismo de bem-estar. São ofertas adicionais fantásticas que podem ser aplicadas sobretudo porque as escapadinhas de fim-de-semana de curta distância continuarão a crescer, não só para casais e amigas, mas cada vez mais para famílias (incluindo de várias gerações).

Primeiro, os destinos e as PME precisam de compreender o viajante de bem-estar antes de diversificarem e desenvolverem as suas regiões em bem-estar. Devem modificar as suas comodidades e programação para acomodar esta tendência. O turismo de bem-estar não é claro. Se considerarmos todos os diferentes aspetos do turismo de bem-estar e a economia do visitante de bem-estar em termos de categorias de bem-estar, atividades, experiências, e os tipos de negócios diretamente envolvidos, criamos múltiplas oportunidades para todos os tipos de negócios e fornecedores. Os governos precisam de



investigar as suas regiões e compreender os seus atuais recursos e potencial de "bem-estar" para que possam desenvolver e conceber destinos e empresas de bem-estar de uma forma sustentável, económica e socialmente viável. Antes que qualquer uma destas coisas aconteça, é necessário começar por compreender o "viajante de bem-estar" primário e secundário.

1. **Os viajantes de bem-estar primário** são motivados pelo bem-estar para fazer uma viagem ou escolher o seu destino com base nas suas ofertas de bem-estar (por exemplo, alguém que visita um *resort* de bem-estar ou que participa num retiro de ioga). Segundo esta definição, as pessoas que viajam para um *resort* de bem-estar, retiro de ioga ou campo de treino são viajantes de bem-estar primário. Estes são tipicamente consumidores de bem-estar muito empenhados que mantêm, de forma proativa, um estilo de vida saudável, procuram o equilíbrio mental/espiritual, e/ou são social e ambientalmente conscientes. Quando estes mesmos consumidores viajam por motivos profissionais e outros fins, é provável que incorporem os seus valores de bem-estar nas suas decisões quanto a hotéis, restaurantes, atividades, etc.
2. **Os viajantes de bem-estar secundário** são aqueles que procuram manter o bem-estar ou se envolvem em atividades de bem-estar durante qualquer tipo de viagem (por exemplo, alguém que visita um ginásio, recebe uma massagem, ou dá prioridade à alimentação saudável quando faz uma viagem). Alguns viajantes de bem-estar secundário irão decidir fazer uma viagem de bem-estar primário, à medida que o seu interesse e experiência com o bem-estar cresce. Por exemplo, uma pessoa que visita as fontes termais durante um dia de férias em família (viagem de bem-estar secundário) pode, mais tarde, ser motivada a planear uma escapadinha de fim-de-semana num *resort* termal (viagem de bem-estar primário).



Turistas de bem-estar primário	Turistas de bem-estar secundário
<ul style="list-style-type: none"> • Visitar um <i>spa</i> do destino (como Canyon Ranch, Rancho La Puerta, Chiva Som, Ananda, Gwinganna, SHA Wellness, Lanserhof, etc.) • Férias num <i>resort</i> termal para um fim de semana longo • Ficar num <i>ashram</i> para um retiro de meditação • Fazer uma viagem de fim-de-semana a um <i>spa</i> para rejuvenescimento e redução do <i>stress</i> • Viajar até um centro de bem-estar para um <i>checkup</i> completo de saúde • Fazer um cruzeiro de bem-estar • Ficar uma semana num <i>eco-spa</i> ou num <i>resort jungle spa</i> • Participar num retiro de ioga que inclui alimentação saudável e meditação num ambiente natural 	<ul style="list-style-type: none"> • Um viajante de negócios ou lazer que procura ativamente alojamento, alimentação e opções de <i>fitness</i> saudáveis durante uma viagem • Uma família que passa um dia num estabelecimento balnear termal como parte de uma viagem de férias • Um veraneante numa estância balnear que quer visitar o <i>spa</i> e o salão algumas vezes durante a viagem • Um turista de cruzeiro que escolhe especificamente um navio com extensas comodidades de <i>spa</i>, beleza, e <i>fitness</i> • Um turista de aventura que visita um <i>eco-spa</i> depois de um longo dia de caminhadas ou ciclismo • Um viajante de grupo turístico que recebe uma massagem tailandesa ou um tratamento de reflexologia, ou visita um <i>hammam</i>, como parte da experiência da viagem

Fonte: Global Wellness Institute

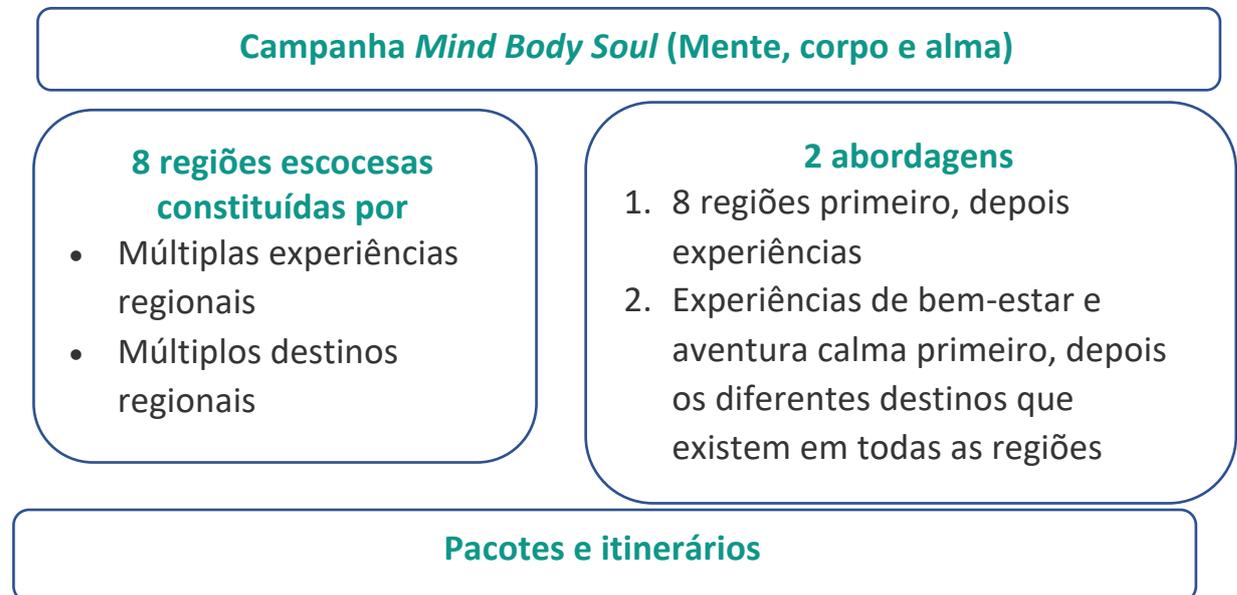
"aventura calma" (*slow adventure*) e a "viagem calma" (*slow travel*) são um novo tipo de experiência de turismo de bem-estar que surgiu nos últimos cinco anos e que é categorizado como "facilitador de destinos". Agora que compreendemos o "viajante de bem-estar", vamos olhar para a aventura calma como uma possível diferenciação de destino para acomodar tanto turistas de bem-estar primário como secundário. A aventura calma é um fenómeno recente que nos últimos cinco anos tem sido identificado como sendo uma grande opção de desenvolvimento regional de bem-estar para a maioria dos destinos europeus. A aventura calma tem um baixo impacto no ambiente, atrai viajantes de alto rendimento e bem-estar, que muitas vezes ficam mais tempo e por vezes optam por trabalhar remotamente.

Os turistas de viagem calma podem ser identificados como visitantes de curto prazo, mas a tendência está a crescer onde agora trabalham remotamente, sendo frequente trabalharem num destino por períodos prolongados (normalmente durante um mês). Querem explorar um destino, experienciar o crescimento pessoal e tirar o máximo proveito da sua experiência de bem-estar. Uma vez que este mercado está preparado para crescer, os destinos de bem-estar devem aprender como atrair e trabalhar com este mercado. A próxima secção avalia como a Escócia (*conhecida como a Capital Exterior do Reino Unido*) e a Visit Scotland adotaram a aventura calma como uma oferta turística de bem-estar para as suas regiões



ESTUDO DE CASO Escócia

A Escócia integra as campanhas de "Slow Adventure" e "Wellness of Mind Body and Soul" nos seus destinos e regiões de bem-estar



Abordagem

Título A Visit Scotland integrou a "aventura calma" e as "experiências de férias de bem-estar" na Capital Exterior do Reino Unido para satisfazer a procura de férias de "bem-estar".

Descrição A Escócia é conhecida pelas suas rotas de caminhadas pitorescas. Há quem diga que algumas delas têm uma forte energia espiritual. A organização nacional de turismo da Escócia, VisitScotland, lançou o seu primeiro itinerário *online* centrado no bem-estar da mente, corpo e espírito após um estudo que encomendou e no qual quase um terço das pessoas na Grã-Bretanha consideram a Escócia um "destino ideal para umas férias de bem-estar". (*Travel Andy News 2020*). As férias de bem-estar incluem hotéis de *spa*, escapadinhas tranquilas, locais invulgares para ficar, alojamento ecológico, experiências calmas, ilhas e experiências costeiras. Centrando-se em temas da mente, do corpo do e espírito visa aumentar e manter a felicidade e estadia do visitante.

Experiências de aventura calma ciclismo de montanha, ciclismo, desportos aquáticos, golfe, pesca à linha, tiro ao alvo, aventuras infantis, atrações, caminhadas, cruzeiros e vela, eventos, procura de alimentos, esqui e snowboard, escalada e alpinismo...



Experiências de bem-estar: retiros relaxantes, museus e galerias, *spas* e relaxamento, explorar o exterior, retiros de ioga, atrações históricas, banhos de floresta, escapadinhas únicas, caminhadas costeiras, retiros de autodesenvolvimento, cozinhar e comer alimentos nutritivos...

Abordagens

- **Campanha *Wellbeing of Mind, Body, and Soul* (Bem-estar da mente, corpo e alma)**
- **Abordagem 1** Categorização de acordo com **8 regiões características de destino** e bem-estar complementar com experiências de aventura calma
- **Abordagem 2** Categorização de bem-estar começando com experiências de aventura calma com base na experiência, **seguida da ligação a múltiplos destinos e regiões**
- **Pacotes e itinerários** onde as PME se centraram em experiências de bem-estar e aventura calma e, de seguida, nos destinos e regiões onde estão localizadas.

VisitScotland, a organização oficial de turismo da Escócia lançou o seu primeiro guia e itinerário online dedicado à saúde e ao bem-estar em maio de 2019.

A procura da Escócia para férias de "bem-estar" tem vindo a crescer (*BBC News 2019*), dado ser vista como uma "escapadinha ecológica" pelos viajantes que querem limitar o impacto ambiental do seu transporte e visita. A investigação da Visit Scotland revelou que quase um terço das pessoas na Grã-Bretanha (32%) consideram a Escócia como um destino ideal para umas férias de bem-estar. Com 11,8 milhões de visitas feitas à Escócia por pessoas oriundas do Reino Unido, das quais um quarto (26%) já tinha estado em pelo menos umas férias de bem-estar. O novo estudo revelou também que 31% dos inquiridos afirmam que cuidam do seu corpo ao serem fisicamente ativos e 32% tomam medidas para cuidar da sua saúde mental, sugerindo que consideram que a sua saúde mental é tão importante como a sua saúde física.

Quando lhes foi pedido para escolherem as suas três principais razões para irem de férias ou fazer uma breve pausa no Reino Unido, um terço (33%) das pessoas na Grã-Bretanha que tinham feito férias no Reino Unido nos últimos dois anos disseram que o tinham feito para "se desligarem da vida quotidiana". Este valor era mais elevado se tivessem filhos no agregado familiar (39%).

🔗 FIND YOUR PERFECT WELLNESS HOLIDAY IN SCOTLAND



SPA HOTELS



8 WAYS TO ENJOY A QUIET
GETAWAY IN SCOTLAND WITHOUT
MISSING OUT



9 SLOW TRAVEL EXPERIENCES IN
SCOTLAND



SHORT COASTAL BREAKS AND
ESCAPES BY THE WATER



Campanha *Wellbeing of Mind, Body, and Soul* (Bem-estar da mente, corpo e alma)

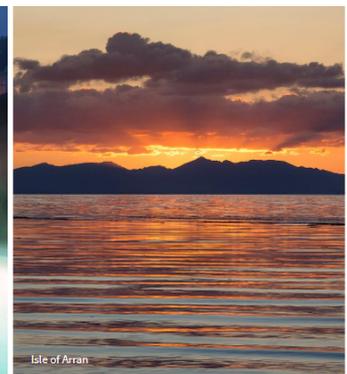
Exemplo de guia da VisitScotland para uma experiência de bem-estar e aventura calma com viagem de 2 dias

A floresta encantada de Pitlochry em Perthshire oferece uma escapadinha mágica através de uma exibição de luzes e música, sendo o local ideal para relaxar. Dormir numa igreja (*champing*) é uma interessante atividade alternativa para experimentar enquanto estiver neste país de antigas abadias e *kirks* (igrejas).

Um dia típico poderia ser um retiro na Ilha de Arran para ioga, *Tai Chi* e meditação, ou visitar o Templo Budista Kagyu Samye Ling em Dumfries e Galloway para um período de meditação tibetana. A VisitScotland sugeriu as antigas pedras de Calanais, Ring of Border e as abadias históricas, incluindo a famosa Abadia de Melrose, para atrair vibrações espirituais.

No dia 2 poderia centrar-se no corpo. Os amantes de bem-estar podem aproveitar o ar livre e explorar alguns dos "pontos mais pacíficos" da Escócia - andar de caiaque num dos lagos, subir uma montanha, ou passear pela praia. Um "banho de floresta" para relaxar e recentrar o corpo num dos parques florestais poderia também figurar no topo da lista de relaxamento.

✂ WELLBEING HOLIDAYS FOR THE MIND



Deixe a azáfama da sua rotina diária para trás com um retiro tranquilo nas Terras Altas, um passeio calmo por um museu ou galeria, ou porque não passar uma ou duas noites num spa encantador? São várias as atrações e locais por todo o país que o ajudarão a relaxar a mente e a sentir-se rejuvenescido.
(VisitScotland)



WELLNESS RETREATS FOR THE BODY



Estique as pernas, explore uma floresta tranquila, respire o ar límpido do mar ou desfrute de uma variedade de desportos aquáticos. Vá para o campo e explore alguns dos pontos mais pacíficos da Escócia, ou porque não desafiar-se a subir um Munro, ou relaxar num passeio tranquilo em torno de um pitoresco lago.
(VisitScotland)

WELLNESS BREAKS IN SCOTLAND FOR THE SOUL



Explore os locais mágicos e de outro mundo em todo o país que o deixarão maravilhado e ansioso por descobrir mais. Desde alguns dos locais mais emblemáticos da Escócia, e das antigas pedras verticais de há 5000 anos, às florestas pacíficas ideais para a autorreflexão e a oportunidade de acampar numa igreja antiga, são muitos os elementos espirituais à espera de serem descobertos em toda a Escócia.
(VisitScotland)



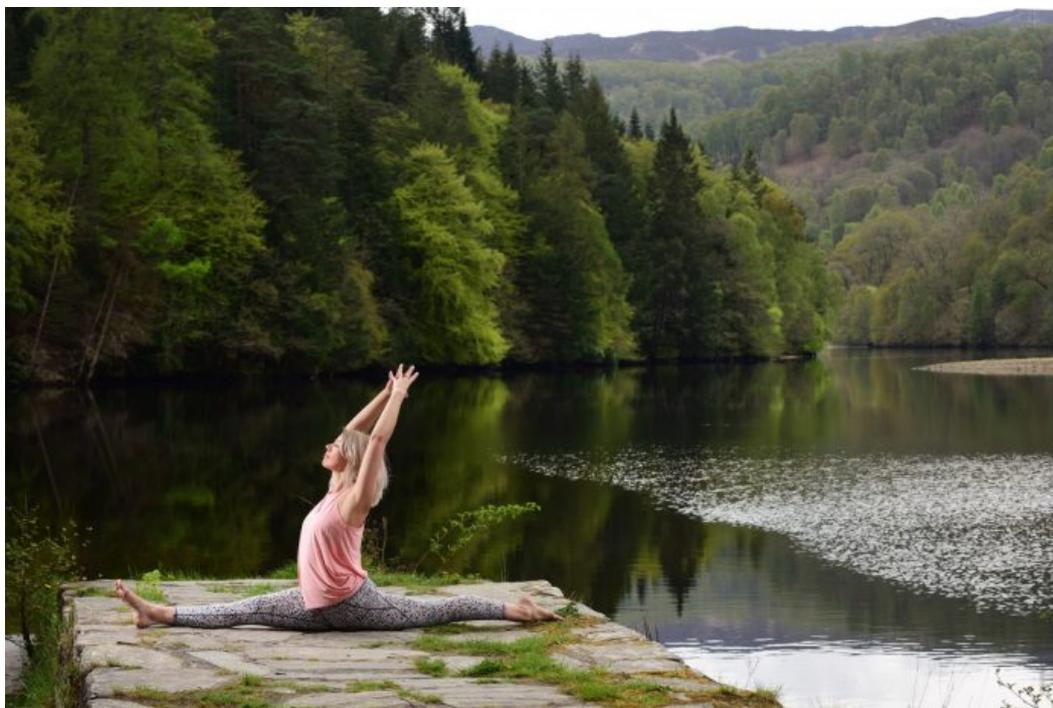
Categorização de acordo com 8 regiões primeiro, seguida das experiências de bem-estar e aventura calma

A abordagem abaixo começa por colocar em destaque os diferentes tipos de regiões, depois centra-se nas características do destino e, em seguida, alinha as experiências de bem-estar que são complementares e podem ser facilmente integradas nas ofertas desse destino, de modo a que haja uma relação equilibrada entre o destino e as experiências. Observe como cada região tem um portfólio decente que abrange, pelo menos, seis tipos diferentes de experiências, incluindo alojamento e outras componentes essenciais de férias, de modo que o visitante tenha uma escolha, quer esteja hospedado num hotel ou a fazer *glamping*: uma visita a uma destilaria ou gruta, velejar ou praticar uma atividade como o ioga. ([Sítio Web](#))

Características da região e do destino	Experiências de bem-estar e aventura calma
<u>Aberdeen</u> para litoral e cultura	As experiências incluem 8 destilarias, o centro da cidade, arte e comédia, experiências em hotéis e observação de golfinhos na costa
<u>Highlands (Terras Altas)</u> para escapadinhas ao ar livre e paisagens selvagens	As experiências incluem Beinn Eighe (montanha com vários picos), passeio em Glen Torridon, geologia, e estadia tranquila em casas de campo.
<u>The Small Isles (As Pequenas Ilhas)</u> para visitar as várias ilhas e aventuras para acalmar a alma	As experiências incluem o Castelo Kinloch, vida selvagem, águias marinhas, Baía de Kilmorye e o porto
<u>Dumfries e Galloway</u> para experiências de <i>glamping</i>	As experiências incluem campo, colinas, florestas profundas, autodescoberta, acampamento básico e <i>glamping</i> (domo ecológico, <i>tipi</i> , <i>wigwam</i>) ao lado de uma praia ou bosque
<u>Praias</u> para escapadinhas relaxantes junto ao mar	As experiências incluem navegação à vela e a descoberta de ilhas
<u>Retiros de bem-estar em Abernethy</u> para experiências de desintoxicação digital	As experiências incluem o retiro We Love Retreat em Abernethy (alojamentos acolhedores, ioga e meditação); EcoYoga (rio, banheira ou <i>jacuzzi</i> nas paisagens de Argyll); Moniack Mhor para uma pausa completa.
<u>Cidades costeiras escocesas</u>	As experiências incluem East Neuk of Fife, cavernas, passeio Elie Chain, bar Ship Inn, trilho costeiro Fife, e café de chocolate em Pittenweem



<p>West Island Way para um trilho de caminhada longo menos utilizado</p>	<p>48 km, fora dos circuitos habituais, atravessa toda a ilha de Bute durante dois dias. Atrações únicas incluem o Castelo Rothesay e o Mount Stuart (grande casa senhorial)</p>
---	--



Categorização de acordo com as experiências de bem-estar e aventura calma primeiro, e, em seguida, onde estão localizadas em toda a Escócia

A abordagem abaixo começa por se centrar nos diferentes tipos de bem-estar e experiências de aventura calma, conectando-os de seguida aos destinos e regiões onde existem, muitas vezes envolvendo múltiplas regiões.

<p>Experiência primeiro, depois regiões</p>	<p>Experiências de bem-estar e aventura calma</p>
<p>Ciclismo nas Terras Altas e Baixas</p>	<p>Parque florestal Dumfries e Galloway (terra de 250 lagos, floresta, colinas, vales estreitos), trilhos de bicicleta de montanha 7stanes premiados em Glentroot; Rota Big Country, natureza selvagem, cabanas de montanha ecológicas com caiaque e jacuzzi de madeira</p>



Caminhada noturna em Orkney	"Noites brancas de Orkney, crepúsculo de Shetland, experiências na ilha, pores-do-sol, calçada de Brough of Birsay, ruínas de Pictish e Norse, farol de Stevenson.
Experiência de <i>spa</i> sobre rodas	Viagem de comboio de luxo pelo campo, tratamentos em <i>spa</i> de luxo, construído com madeira sustentável e salas de tratamento duplo
Cruzeiro no canal da Caledónia	Travessia em barcaça tradicional, majestoso Great Glen, desembarque e exploração, caminhadas, passeios de bicicleta e excursões de caiaque
Procura de alimentos para jantar nas Terras Altas	Experiência de caçador-coletor com a Wildwood Bushcraft, estadia na quinta, guia especializado, criação natural própria, um festim nutritivo e sustentável cozinhado sobre uma fogueira, cursos na Bluebell Croft, por exemplo, fumeiro caseiro
Golfe da meia-noite em Shetland	Campo de golfe de 18 buracos, competições, paisagens costeiras de tirar o fôlego, Experiência em Shetland Lake (viagem de 7 dias guiada por naturalistas locais que exploram a vida selvagem dos arquipélagos)
Viver a vida rural	Exploração agrícola escocesa, alojamento em casa de quinta com centenas de anos, culturas e gado, cultivo de produtos locais, refeições caseiras, cursos, atividades em família, rotas de condução e ciclismo, emocionante costa de Aberdeenshire, vales ricos em <i>whisky</i> de Speyside
Seguir a Affric Kintail Way	Rota menos percorrida de caminhada/ciclismo/corrida lançada em 2015, 44 milhas pela costa ocidental, impressionante vale estreito Glen Affric, Old Drivers RoD, pinhais, lagos serenos, e deslumbrantes vales estreitos, e os picos Beinn Fhada e Five Sisters
Cruzeiro para St. Kilda	Velejar em quatro ilhas, penhascos no Atlântico, Património Mundial da UNESCO, cruzeiro de 6 dias em ilha a bordo do MV Cuma, explorar as ilhas Scarp, Taransay, Monarch e Flannan, sem itinerário definido, observar baleias, focas e golfinhos e as belas Hébridas



Como as PME escocesas de turismo de bem-estar criaram pacotes e itinerários em torno das suas experiências de bem-estar e aventura calma, centrando-se, de seguida, nos destinos e regiões onde se encontram.

A criação de um pacote de bem-estar pode ser complexa, sendo necessário assegurar que o destino, experiências com a procura, calendarização, níveis de preços, duração, extras, instalações, funções de comunicação, e outros componentes são perfeitamente desenvolvidos e alinhados. Os pacotes de bem-estar e de aventura calma são mais fáceis de criar na Escócia devido à sua variedade de destinos naturais deslumbrantes e ao facto de dispor de uma multiplicidade de locais e instalações de retiro. Os pacotes abaixo podem ser deslocalizados ou alternados, uma vez que muitos dos envolvidos aprenderam competências e técnicas de bem-estar que não se aplicam a um local ou destino específico. (Itinerários e pacotes completos [aqui.](#))

- 8 dias/campo de treino para emagrecer e *fitness* na zona rural
- 5 dias/*mindfulness* individualizada
- 3 dias/retiro privado de ioga no parque nacional
- 3 dias/estadia em quinta ecológica e retiro de ioga
- 3 dias/bem-estar e desintoxicação
- 2 dias/santuário de regeneração
- 4 dias/retiro vegano para despertar a alma
- 3 dias/*glamping* luxuoso e ioga
- 3 dias/retiro de arte *mindful*
- 22 dias/retiro de desintoxicação na zona rural



Oportunidade 7 Diversificação de experiências

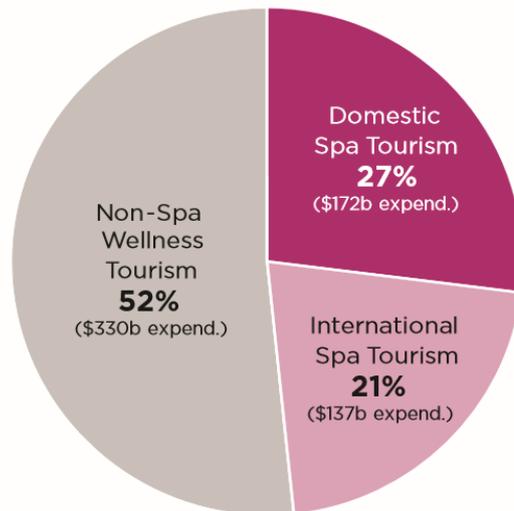
As experiências de bem-estar já estabelecidas necessitam de se adaptar e diversificar continuamente para se manterem competitivas e a par das tendências da economia de bem-estar no futuro

Os *spas* têm conseguido sobreviver num mercado turístico altamente competitivo e turbulento, através de uma reorientação. "O turismo de *spas* atual assumiu a imagem das "termas" originais e clássicas, juntamente com uma vasta gama de serviços diferentes, onde a água, devido à sua relação natural com a essência do ser humano, continua a ser um dos elementos básicos, embora seja utilizada de formas diferentes, com objetivos diferentes e com as novas técnicas" (Gustavo, 2010). No mesmo sentido, uma experiência de *spa* pode basear-se apenas num dos quatro elementos do bem-estar (atividade física, atividade espiritual, relaxamento pessoal, e uma dieta saudável e natural), o bem-estar não pode funcionar se estiver em falta um destes elementos.

Indústria de *spas* O setor dos *spas* tem vindo a crescer anualmente 9,9% entre 2015 e 2017, e prevê-se que atinja os 128 mil milhões de dólares em 2022. Em 2017, havia mais de 149 000 *spas*, acumulando 93,6 mil milhões de dólares em receitas e a empregar quase 2,5 milhões de trabalhadores. Os cinco mercados principais são os Estados Unidos (20,8 mil milhões de dólares), a China (8,2 mil milhões de dólares), a Alemanha (6,7 mil milhões de dólares), o Japão (5,7 mil milhões de dólares) e a França (3,6 mil milhões de dólares). O GWI prevê que, até 2022, a indústria precisará de mais 300 000 terapeutas de *spa* qualificados e 54 000 gestores/diretores de *spa* com experiência (acima do nível atual) para dar resposta ao crescente negócio de *spas* a nível mundial. GWI *Global Wellness Economy Monitor* (lançado em outubro de 2018, com dados de 2017)).

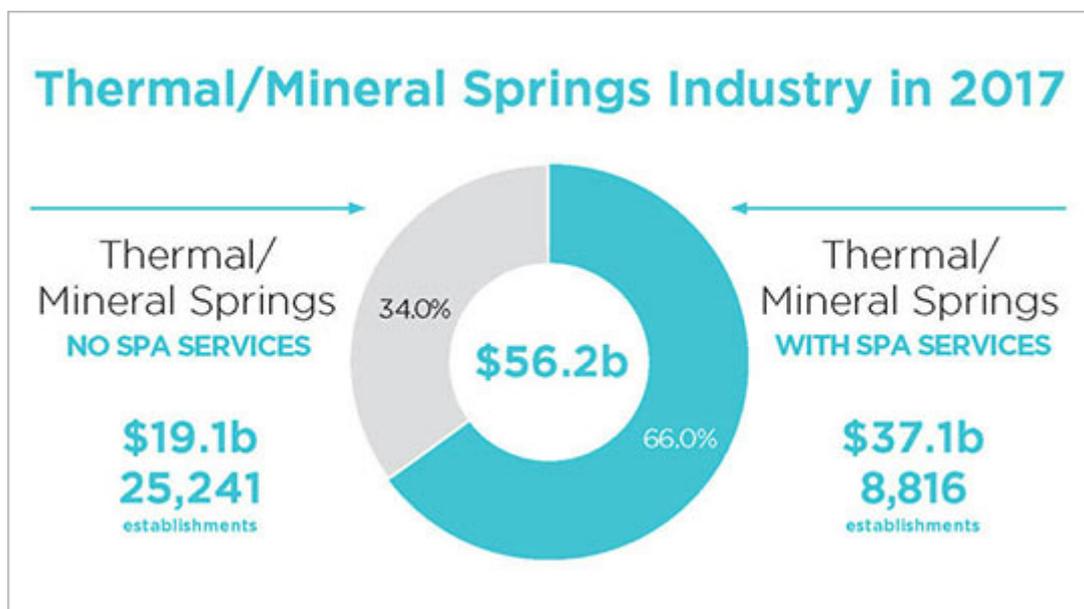


Spa Tourism Represents About 48% of Global Wellness Tourism Expenditures



Source: Global Wellness Institute

Fontes termais/minerais Este setor tem vindo a crescer 4,9% por ano entre 2015 e 2017, e prevê-se que atinja os 77 mil milhões de dólares em 2022. Estima-se que existam 34 057 estabelecimentos de fontes termais/minerais a operar em 127 países. As empresas de fontes termais/minerais ganharam 56,2 mil milhões de dólares em receitas em 2017, e empregaram cerca de 1,8 milhões de trabalhadores. A indústria das fontes termais/minerais está fortemente concentrada na Ásia-Pacífico e na Europa, que em conjunto representam 95 por cento das receitas da indústria e 94 por cento dos estabelecimentos. Os principais mercados incluem a China (17,5 mil milhões de dólares), o Japão (12,8 mil milhões de dólares) e a Alemanha (7,2 mil milhões de dólares). (Relatório completo [aqui](#))



À medida que a indústria do bem-estar evolui, os *spas* e as fontes minerais e termais terão de se adaptar e diversificar continuamente para acompanhar a evolução. Os *spas* apercebem-se da importância de seguirem a tendência de alinharem a sua oferta com estilos de vida de bem-estar, proporcionando mais diversidade e escolhas aos seus clientes. Alguns estão em expansão juntamente com uma gama completa de serviços holísticos de saúde e de prevenção que se estendem ao aconselhamento nutricional, terapia do sono, terapia do som, análise de micróbios intestinais, regeneração energética, grutas de sal, tratamentos de beleza, *reiki*, tanques de flutuação, e por aí em diante. Outros estão a adotar modalidades de bem-estar e regeneração de diferentes tradições e culturas: Saunas finlandesas, *onsens* japoneses, *hammams* turcos, medicina tradicional chinesa e *Ayurveda* já não estão confinados ao seu país ou região de origem, ou *spas* de nicho.

Os *spas* estão também a responder a uma necessidade crescente de bem-estar mental e redução do *stress*, juntamente com um interesse crescente em iniciar e apoiar mudanças comportamentais que levarão a uma vida mais saudável, equilibrada e realizada para os hóspedes fora do *spa*. Para complementar o trabalho corporal/energético, muitos *spas* começam a oferecer serviços mais personalizados e adaptados, tais como avaliações nutricionais, aconselhamento/apoio individual, planos holísticos de bem-estar pessoal, *coaching*, etc. No mesmo sentido, a principal tendência de desenvolvimento é a integração de atividades ao ar livre (caminhadas, ciclismo, passeios...) aventura calma (caiaque, canoagem, procura de alimentos...) cultura, património, entretenimento, festivais e eventos, experiências comunitárias locais e tantas outras que estão em sintonia com o bem-estar.

Muitos *spas* estão a redesenhar/remodelar as suas instalações e ofertas, o que reflete as necessidades e preferências emergentes, tais como o desejo da comunidade (por exemplo, criar ambientes e atmosferas tipo clube, ou programas e aulas de grupo que facilitem as ligações entre os hóspedes); experiências de bem-estar intergeracionais (por exemplo, modalidades de "envelhecimento com qualidade"; tratamentos, aulas e atividades de *spa* para crianças/adolescentes); água para regeneração (por exemplo, hidroterapia, *Watsu*, banhos e tratamentos terapêuticos termais/minerais); e utilização da natureza para melhorar a nossa sensação de bem-estar (por exemplo, banhos de floresta; utilização de ingredientes naturais, biológicos, e locais; conceção biofílica das instalações). Analisemos com mais pormenor os setores do *spa* e das fontes termais/minerais como um motor de decisão para os mercados turísticos.

Também é verdade que as regiões que não têm experiências de *spa*, fontes termais/minerais podem adotar o mesmo, mas precisam de desenvolver tanto as suas ofertas de "hard wellness" como de "soft wellness"; "**hard wellness**" ou instalações artificiais; (saunas, *jacuzzis* com minerais regeneradores, retiros, espaços relaxantes) e adotar "**soft wellness**"; tratamentos de *spa* (faciais, massagens), práticas de regeneração; (*Reiki*, acupuntura, reflexologia) dar aulas; (cozinha nutricional, ioga, *tai chi*) implementar a ética e as práticas de bem-estar; (consciência ambiental para reciclar, reutilizar água, devolver à sociedade) que todos atribuem ao *spa* e ao desenvolvimento da experiência de bem-estar. A secção seguinte é um exemplo de como a Eslovénia adotou e diversificou as suas antigas ofertas de *spa* de bem-estar, fontes termais e minerais em mais experiências de "bem-estar".



<p>'HARD' WELLNESS</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Treatment rooms • Beauty clinic / salon • Gym • Spa Facilities (swimming pool, hydrotherapy pool, jacuzzi, hot tub, sauna, steam room, experience showers, hammam) <p>Hotel brands that are known for their best in class spa assets include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Six Senses • Aman • Banyan Tree 	<p>'SOFT' WELLNESS</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Wellness experiences (yoga classes, running groups) • Product choices (in spas and bedrooms) • Environmental considerations (attitude to recycling/ re-using, water consumption) • Physical environment (air quality and temperature, natural light) • Ambience and architectural design (impact of buildings on mental health) • Health and diet considerations in food and beverage provision throughout (restaurant, bar, in-spa, within bedrooms) • Self-care (provision of apps for mental health / relaxation, yoga mats with on-line tutorials) • Social engagement (opportunities to engage with other guests or local residents in shared healthy or creative activities) <p>Hotels that have adopted an asset-light approach to wellness include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Even Hotels by IHG (in-room fitness equipment and workout videos, health food restaurants) • Locke by SACO (curated local activities and free yoga classes)
--	---

[Avison Young](#), The Future of Wellness in Hospitality

ESTUDO DE CASO Eslovénia

A Eslovénia transforma a sua indústria de *spa* e relaxamento bem desenvolvida em experiências de bem-estar inesquecíveis

Título As melhores experiências de bem-estar da Eslovénia estão a diversificar-se em diferentes tratamentos de bem-estar inesquecíveis

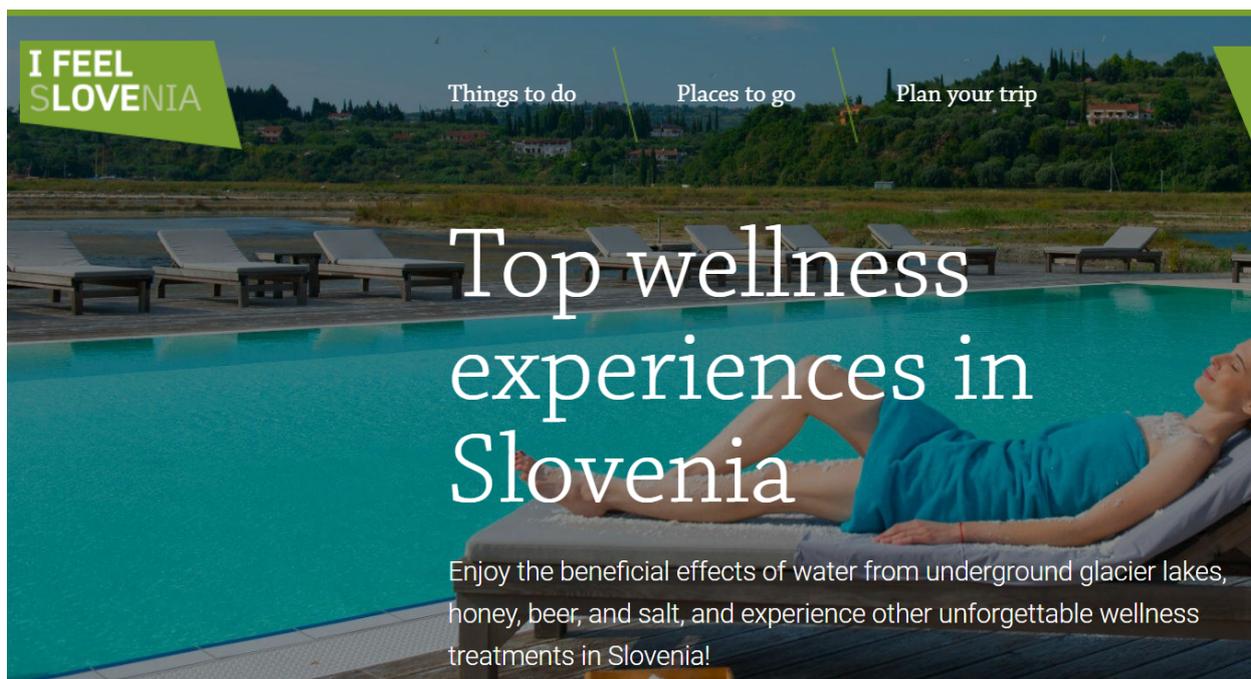
Descrição **Eslovénia, o país da água e dos *spas*.** A Eslovénia tem montanhas espetaculares, florestas verdejantes, rios esmeralda, um mundo subterrâneo diversificado e uma costa encantadora, que são combinados com uma história rica, aldeias pitorescas e cidades animadas. A Eslovénia é um dos países com maior diversidade biológica do mundo, com mais de metade do país coberto por florestas.

As suas fontes termais e minerais são uma fonte de saúde e bem-estar. Por si só, a **Thermal Pannonian Slovenia** possui **13 recursos naturais de saúde** perto de fontes termais no meio de colinas vinícolas.



Estatísticas de spa Devido à grande diversidade, em 2012 os *resorts* de *spa* eslovenos registaram 786 700 visitantes e 3 090 900 dormidas (em 2000, foram 430 500 visitantes e 2 117 900 dormidas). Os hóspedes estrangeiros são responsáveis por 43% da faturação turística. A maioria dos visitantes estrangeiros vem de Itália, Áustria e Alemanha (Statistical Office of the Republic of Slovenia, Statistical Yearbook 2013).

Abordagem Integraram saunas, fontes minerais, fontes termais, *spas*, e experiências de relaxamento existentes na nova campanha de bem-estar "Selfness". Também diversificaram a oferta através do desenvolvimento de novas e únicas experiências de sauna e de relaxamento de bem-estar.



O **bem-estar esloveno com relaxamento** que faz parte de programas de tratamento, está agora integrado em "[Selfness Programmes](#)". Os visitantes de bem-estar experimentam um estilo de vida que coloca a saúde física e mental e a boa energia no lugar central. Conseguem relaxar com experiências de bem-estar e revigorar-se com descobertas de "selfness". A "Selfness Campaign" inclui cinco áreas-chave, que se focam em:

- **Relaxamento, conforto** - várias massagens e banhos, prática de ioga, pilates e *tai chi*. Os visitantes podem relaxar em magníficos ambientes verdes de *spas* e *resorts* de saúde eslovenos, que são muitas vezes um excelente local para exercícios de relaxamento. As experiências de bem-estar incluem ioga especial de arroz, respiração e exercícios de relaxamento à beira-mar, passeios descalços em trilhos sensoriais e pontos de energia.
- **Espírito e mente** - eventos sociais e culturais, visitas guiadas, *workshops*, palestras, etc. Atividades na natureza onde os hóspedes podem alugar bastões para caminhadas nórdicas e aprender a praticar esta atividade em trilhos especiais com



um instrutor. Também pode alugar uma bicicleta e instalações ao ar livre para várias atividades que estão disponíveis nas proximidades. Nas proximidades do campo de golfe pode encontrar sete *resorts* de saúde.

- **Saúde** - serviços de "wellness" associados à medicina tradicional e clínicas de beleza.
- **Cozinha vital** - uma seleção de várias dietas vegetarianas e macrobióticas.
- **Beleza e cosmética** - serviços prestados em centros de beleza, massagens cosméticas, pedicure, manicure e salões de cabeleireiro.

Novas e diferentes técnicas de bem-estar com relaxamento

1. **Água glacial** Desfrute do relaxamento benéfico na água glacial de lagos subterrâneos de glaciares no Hotel Špik em Gozd Martuljek. Massagem com água glacial ou nadar em água glacial aquecida para hidratar, refrescar, e suavizar a pele.
2. **Sinta o poder curativo das ervas** no Thermalium Wellness, onde fazem óleos nutritivos para tratamentos de *peeling*, tratamentos faciais, e massagens a partir do prado local
3. **Relaxamento com cerveja** em Thermana Laško onde pode sentir os efeitos positivos dos ingredientes da cerveja por si mesmo. Acalma o corpo, nutre a pele e mantém a sua vitalidade.
4. **O luxo do mel para o bem-estar** A apicultura ou terapia com cera de abelhas ajuda a tratar o reumatismo, estimula a circulação sanguínea, desintoxica, fortalece o sistema imunológico e ajuda a manter uma aparência jovem.



5. **Turfa de Pohorje para a saúde e bem-estar** nas florestas das colinas de Pohorje em pântanos de montanha, a turfa única de Pehorje tem uma série de efeitos benéficos para a sua saúde e bem-estar.
6. **Uma sauna de vinho** no Hotel Arena em Maribor e no *spa Terme Ptuj*, para relaxar em barris de sauna de vinho especialmente adaptados. Desfrute de uma massagem com óleo de vinho. Passe uma noite num barril de vinho na **Aldeia do Vinho do Spa Terme Ptuj**



7.



Novas e diferentes experiências de bem-estar com saunas

A Eslovénia tem mais de 130 *spas* e *resorts*. Quando se trata de saunas, são vários os diferentes tipos de experiências de bem-estar disponíveis no país. O principal objetivo de uma sauna é causar suor e o sobreaquecimento do corpo, removendo do mesmo substâncias nocivas, equilibrando o metabolismo, limpando a pele, fortalecendo o sistema imunitário, melhorando o sono e o humor.

- **Sauna de gelo** Comece por passar o gelo sobre o corpo para abrir os poros antes de entrar na sauna e a sua pele ficará mais limpa.
- **Saunas de mel** (Terme Topolšica Spa, Thermana Laško Spa.)
- **Saunas de chocolate** (Atlantis Water City, Terme Paradiso Spa.)
- **Sauna de vinho** (Arena Hotel no Terme Maribor Spa.)
- **Saunas de sal de Piran** (Strunjan e Terme Portorož Spa.)
- **Saunas de erva Pohorje** (Terme Zreče Spa, Terme Snovik Spa.)
- **Saunas de lama** (Terme Topolšica Spa, Terme Ptuj Spa.)
- **Saunas sanitarium ou bio sauna** Uma combinação de sauna e sala de vapor faz-nos sentir como se estivéssemos numa floresta tropical (Terme Olimia Spa e Rogaška Wellness Centre.)
- **Saunas de cristal** podem intensificar a vivência de experiências médicas sérias, utilizando os efeitos dos iões negativos. (Terme Čatež Spa, Terme Lendava Spa, e Terme Dobrna Spa.)
- **Cromoterapias** em saunas recorrendo à luz e às cores para impactar a sua saúde e bem-estar. A cromoterapia é a terapia da cor. (Terme Dobrna Spa, Rimske Terme Spa)
- **Saunas vulcânicas** no Terme Banovci Spa
- **Saunas romanas ou caldarium** destinadas à socialização, conversas e preparação para continuar com a experiência da sauna. A temperatura é consideravelmente mais baixa do que noutras saunas. (Terme Ptuj Spa e Rimske Terme Spa)
- **Banho de suor japonês** No Spa Dolenjske Toplice, pode experimentar tratamentos de bem-estar que utilizam um método tradicional japonês. Um banho de suor japonês irá acalmá-lo e ajudá-lo na sua jornada para alcançar o equilíbrio interior.
- **Caverna de gelo** para se refrescar depois de uma sauna (Terme Portorož Spa e Terme Ptuj Spa)



Oportunidade 8 Exploração de um novo nicho de viajantes

Desde a revolução do bem-estar e economia, o trabalho remoto de bem-estar veio para ficar!

Agora, são cada vez mais as pessoas que estão a viajar e a trabalhar fora de casa. O "viajante/trabalhador de bem-estar remoto" é um novo nicho de mercado de alto rendimento, de longa duração, de baixo impacto ambiental, e normalmente implica experiências de bem-estar, viagem, aventura, e aventura calma.

O turismo de bem-estar e a aventura calma são uma nova forma de viajar, trabalhar e cuidar do seu bem-estar. Os destinos de turismo de bem-estar, especialmente através de aventura calma, estão a levar as pessoas de volta a um estado de equilíbrio mental e físico enquanto trabalham. As regiões precisam de identificar continuamente o que move os seus principais clientes e procurar novas formas de se distinguirem da sua concorrência neste panorama em evolução. Os mercados de trabalho e habitação remotos estão a tornar-se cada vez mais populares. O trabalho remoto é uma resposta ao culto da velocidade e funciona como um veículo para se envolver em experiências profundas, imersivas e mais significativas ao ar livre *Farkic e Taylor (2019)*. Os ambientes rurais pacatos com a natureza e encantadoras paisagens impulsionados pela procura do relaxamento, conforto e distração oferecem um ambiente ideal para unir o bem-estar perfeito com o estilo de vida profissional.

"Devido à nossa nova ênfase em "cuidar do próprio", tanto os millennials como os boomers procuram levar consigo o seu estilo de vida de bem-estar quando viajam em negócios ou lazer. Além disso, em números menores, mas crescentes, os consumidores procuram utilizar as suas férias ou feriados para planejar escapadinhas rápidas ou prolongadas com um foco específico no bem-estar em mente"



Anne Dimon, Presidente da Wellness Tourism Association



Para aqueles que querem conhecer um país por um período mais longo do que as férias normais, empresas tais como a [Roam](#) (cria experiências de viagem personalizadas únicas), a [Outsite](#) (espaços de coabitação, comunidade e regalias para trabalhadores remotos), a [The Remote Trip](#) (trabalhar remotamente, viajar pelo mundo e trabalhar nos seus próprios termos), e outras, oferecem uma combinação de *coworking*, coabitação e viagens, permitindo às pessoas conhecer outros países e culturas enquanto trabalham e vivem com indivíduos com os mesmos interesses durante uma semana, um mês, ou mais tempo. Muitos oferecem comodidades de bem-estar/*fitness* no local, aulas de ioga, meditação e outros eventos comunitários. O aumento do turismo de bem-estar está a trazer novos operadores para o mercado, bem como novas formas de concorrência e parcerias. A integração de áreas de negócio em continuidade, desde a hospitalidade ao bem-estar e estilos de vida saudáveis, continuará a ganhar força. ([Relatório completo do GWI aqui](#))

Leve novamente esse cliente principal mais longe e aperfeiçoe o segmento feminino. Alguns grupos de viagens de *coworking*, tais como o Behere e Hera Hub, prestam assistência exclusiva às mulheres, ajudando-as a manter as suas rotinas de saúde e bem-estar enquanto exploram em segurança novas cidades e cenários em todo o mundo.

- [O Behere](#) ajuda os clientes a encontrar apartamentos de curto prazo, espaços de trabalho, ginásios locais e estúdios de *fitness* em todo o mundo. Tudo é reservado num só lugar, facilitando as viagens.
- [No Hera Hub](#), um espaço de *coworking* centrado na mulher e um acelerador de negócios, criaram ambientes inspirados em *spas* dentro dos seus espaços partilhados.

Título Michael Youngblood da Unsettled partilha a sua perspetiva sobre a tendência do turismo calmo

Descrição: [A Be Unsettled](#) é uma comunidade global de profissionais independentes e remotos que vivem, trabalham e viajam de forma diferente.



"Descobrimos três tendências fundamentais que estão a impulsionar a popularidade dos nossos tipos de viagens".

1. Em primeiro lugar, o número de pessoas que trabalham remotamente está a crescer. Os nómadas digitais fazem disso um estilo de vida a tempo inteiro. Imagine quantas mais



pessoas podem trabalhar e viver a partir de um único local durante um mês ou duas semanas de cada vez.

2. Em segundo lugar, há um grupo negligenciado de profissionais de meia-idade que hoje em dia viajam por diferentes razões. Viajam durante períodos de transição quando estão entre empregos, contratos ou carreiras.
3. Em terceiro lugar, só nos Estados Unidos, 10 000 pessoas reformam-se todos os dias, e são mais saudáveis, mais ricas e mais jovens do que qualquer geração de reformados na história. Penso que uma das tendências mais negligenciadas se encontra no número de pessoas entre os 50-60 anos que aderem às viagens internacionais mais calmas e aventureiras. Este grupo já não quer as tradicionais "viagens de turismo". Procuram sentir-se jovens, interagir com pessoas de todas as idades, desafiar-se e pensar no que querem desta próxima etapa da vida" (*Relatório completo [aqui](#)*)

Oportunidade 9 O turismo de bem-estar oferece novos tipos de experiências em festivais e eventos

Os festivais e eventos de bem-estar são a chave para estimular o turismo e a economia de bem-estar

Os festivais e eventos de bem-estar baseados na comunidade e regionais proporcionam uma série de benefícios às regiões que lutam contra a sazonalidade, ao diversificar a oferta de bem-estar, aproximar as comunidades, estimular as economias, criar empregos, disseminar os efeitos multiplicadores do turismo, aumentar a reputação positiva do destino e muito mais.

Os festivais e eventos são uma das formas de turismo com crescimento mais rápido e revitalizam as economias rurais e locais. Podem revolucionar regiões e comunidades de várias formas, envolvendo-se em festivais e eventos de turismo de bem-estar, tanto a nível económico como social. São uma excelente forma de combater a sazonalidade, estimular as regiões turísticas durante os períodos calmos, e atrair turistas e visitantes a nível regional, nacional e internacional. Os eventos ajudam a chamar a atenção e a promover atrações e tornam possível maximizar e racionalizar a utilização de certos espaços. Os eventos ajudam a chamar a atenção e a promover outras atrações de bem-estar e ofertas turísticas.



"Nos últimos anos, o setor dos desportos de aventura na Irlanda tem conseguido criar um nicho crescente para milhares de participantes interessados em testar a sua resistência numa variedade de eventos de resistência adaptados a todas as idades e capacidade física. Organizados ao longo de percursos que englobam ciclismo, corrida de montanha, trilhos e caiaque, espalham-se por todo o país e funcionam numa base anual. Ao longo do ano, estão disponíveis opções de fitness de diferentes graus em eventos tais como o Moonlight Challenge, Emerald Enduro Series, Race2Glory, Tough Mudder e Gaelforce West, para citar apenas alguns da lista de eventos de atividade em constante crescimento".



Russell Walters, Diretor
da Adventure Travel Trade Association

Exemplos na Irlanda

A Irlanda conseguiu criar um nicho crescente para milhares de participantes numa série de eventos de bem-estar de ritmo lento, acelerado e alternado. Abaixo apresentamos 3 tipos diferentes de festivais e eventos em diferentes regiões irlandesas que têm o bem-estar como parte integrante do seu desenvolvimento. Alguns dos eventos deslocam-se anualmente para diferentes regiões, outros identificam-se pelos cenários únicos em que estão situados.

Beast Adventure Race uma das corridas de aventura mais desafiantes que atrai centenas de equipas de toda a Europa. Promove a Irlanda como um destino único de desportos de aventura ao mudar de local e de percurso todos os anos e irá juntar-se à Adventure Racing European Series.



"Agora o Monstro (do inglês, Beast) cresceu demasiado para ser contido e libertou-se. Livre para percorrer toda a ilha da Irlanda à procura dos melhores locais e dos melhores desafios para levar os nossos concorrentes aos seus limites. Quem sabe para onde o Monstro nos levará a seguir"

Sítio Web da Beast Adventure Race

Gaelforce West, Croagh Patrick, Mayo, Irlanda é uma das corridas de aventura mais icónicas da Irlanda, atraindo centenas de pessoas todos os anos. Trata-se de um evento polidesportivo: correr, andar de caiaque e andar de bicicleta pela costa oeste acidentada e selvagem da Irlanda.

EarthSong, Glendree, Co.Clare é um tipo de festival musical único de dois meses que se assemelha muito a um campo de férias para adultos. Não há álcool, barulho noturno, ou música elétrica. O Earthsong é realizado nos campos isolados de Glendree e foi criado para ajudar os seus participantes a reconectarem-se com a natureza. Os participantes podem desfrutar de dias repletos de ioga, cânticos, círculos de tambores, dança, canções indígenas de culturas estrangeiras, e muito mais.



O turismo de bem-estar é a poderosa interseção de duas grandes e crescentes indústrias: a indústria do turismo de 2,6 biliões de dólares e a indústria do bem-estar de 4,2 biliões de dólares. GWI



Secção 6: Conclusão

Hoje em dia, talvez não haja maior megatendência na indústria das viagens do que o bem-estar. Dado o crescimento da economia de bem-estar fora da indústria de viagens, é lógico que acabe por se tornar um tema importante. Apesar de ter ganho nova atenção, o bem-estar tem sido, desde há muito, um elemento motivador fundamental para as viagens e uma parte importante da experiência de viajar. No entanto, atualmente, as viagens de bem-estar manifestam-se de formas novas e diferentes do que no passado, impulsionadas pelas exigências de viajantes cada vez mais preocupados com o bem-estar.

As partes interessadas da indústria de viagens, PME, governos e regiões que procuram atrair consumidores com espírito de bem-estar precisam de compreender o significado do turismo de bem-estar e as oportunidades disponíveis para encontrar com sucesso um lugar dentro deste. À medida que o entusiasmo aumenta e o mercado do bem-estar cresce rumo a um desenvolvimento regional bem-sucedido, é necessário que os governos, gestores regionais e de destinos, estruturas de apoio ao turismo, políticas e comunidades assegurem a sua gestão de forma sustentável e responsável.

Os viajantes de bem-estar colocam o destino e os seus habitantes em primeiro plano. As oportunidades identificadas neste recurso trazem modelos de crescimento económico e sustentável, mas também têm em mente uma série de benefícios e desafios importantes para as comunidades e recursos naturais em que residem. As "Oportunidades" demonstram como o desenvolvimento regional pode incorporar diferentes abordagens holísticas e cuidadosamente consideradas. Como cada país e região é único, as oportunidades identificadas irão variar de acordo com a localização de cada destino, recursos exclusivos, experiências de bem-estar existentes, oportunidades de diversificação e diferenciação, e em função de como o setor é apoiado por políticas governamentais e estruturas de apoio. Nem todas as abordagens de oportunidade serão adequadas, mas os modelos podem ser adaptados e modificados de acordo com o seu país, região ou potencial de desenvolvimento de destino específico.

Fim 😊

