

Análise da concentração espacial do Turismo de Saúde e sua contribuição para o fomento da economia

Ana Flávia Ferreira (FERREIRA, A. F.)*

RESUMO - O objetivo deste artigo é identificar a concentração espacial do turismo de saúde no Brasil e no mundo, compreendendo seus conceitos e características que fundamentam o segmento, apresentando suas principais contribuições para à economia da localidade e a forma que o mesmo contribui com o fenômeno da sazonalidade. O objetivo específico é analisar as atividades praticadas neste mercado, o perfil dos turistas, as tendências e as formas de incentivo ao desenvolvimento do mesmo. A metodologia utilizada foi à análise bibliográfica de livros, periódicos, revistas, guias e sites sobre o Turismo de saúde. Com esta pesquisa pudemos levantar dados bastante relevantes sobre a proporcionalidade deste nicho na concentração espacial nacional e internacional, suas características e denominações para formatarmos um conceito sobre o tema e concluirmos que o turismo de saúde sempre foi uma forte vertente no mercado e está crescendo a cada dia, principalmente com as necessidades cada vez mais latente do homem moderno em busca da cura ou da prevenção dela.

Palavras chave: Turismo; Turismo de saúde; Economia.

ABSTRACT - The purpose of this article is to identify the spatial concentration health tourism in Brazil and abroad, including its concepts and features that support the segment, with its major contributions to the economy of the town and the way it contributes to the seasonal phenomenon. The specific objective is to analyze the activities practiced in this market, the profile of tourists, trends and ways to encourage the development of it. The methodology used was to analyze literature books, periodicals, magazines, guides and websites on the health of Tourism. With this research we were able to raise enough relevant data on the proportionality of this niche in national and international spatial concentration, their characteristics and denominations to format a concept on the subject and conclude that health tourism has always been a strong element in the market and is growing day, especially with the increasingly latent needs of modern man in search of healing or preventing it.

Key words: Tourism; Health Tourism; Economy.

* Formação: Graduação em Turismo (PUC-PR). Especialista em Administração de Pessoas (UFPR); Especialista em Administração de Empresas (FGV); Mestranda em Turismo (UFPR). E-mail: anaff24@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

O turismo de saúde embora pareça ser um novo segmento está presente na história há muitos séculos. Segundo a Revista Turismo em Análise, (v.18, n.2, p.133) o início as primeiras descobertas de águas de fontes naturais cujo gosto e, às vezes, odor as diferenciavam das águas comuns foram evidenciadas na Roma antiga provenientes das casas de banho datadas do século I. Segundo De Masi (2003):

(...) no século I a.c. existiam, em Roma, 170 termas, e, no quarto século, já estavam na casa do milhar, e isto sem contar as 11 termas imperiais, enquanto Caracalla, por exemplo, recebia 9 mil pessoas/dia. Nas termas, não só existiam banheiros, piscinas, ginástica, farmácia, pontos de encontro, alamedas para passeio e terraços para se bronzear, como ambientes destinados aos jogos.

Os recursos naturais como forma terapêutica tem sido alvo de quem busca a cura ou o bem estar desde os primórdios até os tempos atuais. No Brasil o turismo de saúde se destacou na década de 20 com o desenvolvimento das terapias com águas termais. As estâncias progrediam aceleradamente com a contribuição de dois aspectos principais: a construção de ferrovias e o interesse da ciência em comprovar as qualidades curativas das águas. De acordo com Godoi (2004), foi assim que nasceu a exploração comercial do uso desses recursos por parte dos donos das terras onde se encontravam fontes e recursos hidrotermais, uma vez que as águas passaram a atrair pessoas de diversos lugares do país e do exterior, que buscavam saúde.

Paixão (1999) destaca que no século XIX com os cassinos incorporados aos hotéis de luxo e estâncias termais surgiram edificações magníficas para a realização de jogos e espetáculos, com a sanção do decreto nº 3.987 do então Presidente da República Epitácio Pessoa que visava reorganizar os serviços da saúde pública cobrando 15% de taxas provindas destes estabelecimentos, concedia a autorização para a realização dos jogos de azar impulsionando os Cassinos e estações balneárias. Em 1946, vinte e seis anos após o decreto, o presidente da República Gaspar Dutra cancelou definitivamente as licenças e concessões para a prática e exploração de jogos de azar na Capital Federal e nas estâncias hidroterápicas, balneárias ou climáticas.

Com a modernização e o progresso do século XX cresce o estresse urbano e o interesse pela estética, as mídias difundiram uma nova forma de viver, principalmente

entre as mulheres, propondo-lhes uma multiplicidade de normas, regras e práticas do cuidado de si, repassadas como absolutamente necessárias para uma relação de aceitação e convivência social consigo e com a sociedade. A mídia parece auxiliar na imposição ou em formas de submissão à subjetividade, oferecendo ao seu público a produção de verdades em que a vida bem sucedida é aquela em que se possa permanecer desejável e atraente enquanto sujeitos ativos e necessários à sociedade e assim as pessoas começam a buscar alternativas para tratamentos em clínicas de cirurgias plásticas, emagrecimento em Spas, tratamento ante estresse em estâncias minerais, hotéis de lazer e balneários.

No século XXI nasce a busca vertiginosa da cura, até a poucos anos, a preocupação do indivíduo consigo próprio e com o seu corpo nasciam com a doença, mas hoje surgem com a sua prevenção, com as tensões diárias e com a importância dada ao equilíbrio psicológico e mental e aos aspectos hedonísticos e biopsicossocial. O ser humano visto na perspectiva biopsicossocial pressupõe considerarmos que elementos biológicos e hereditários interferem na saúde, mas também o contexto sociocultural e aspectos subjetivos como o bem-estar individual, já os aspectos hedonísticos é uma filosofia que coloca o prazer como bem supremo da vida humana. (Ministério do Turismo, Orientações básicas, Turismo de saúde, 2010).

Com estas caracterizações o contexto turismo médico- hospitalar é colocado em pauta nas nomenclaturas atuais do segmento, segundo a Revista Hospitalidade (São Paulo, v. VII, n.1, p. 32-42, jan.-jun. 2010) é cada vez mais comum escutarmos termos como *Medical Tourism*, *Medical Travel*, *Health Tourism*, *Global Healthcare*, para o segmento Turismo de saúde. Durante o seminário “Turismo de saúde no Brasil: mercado em ascensão”, realizado pela Câmara de Comércio Britânica em setembro de 2008, em São Paulo, o termo *Brokers* também foi inserido no segmento como empresas facilitadoras responsável pela captação de pacientes dentro e fora do país, o termo *Medical Concierge* também foi mencionado como empresas que oferecem serviços complementares aos pacientes e acompanhantes durante a permanência no local para o tratamento de saúde.

Diversos são os termos e denominações concedidas à evolução do segmento do turismo de saúde. A primeira tentativa conhecida de definir turismo de saúde surgiu em 1972 por iniciativa da então União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo

(atual Organização Mundial de Turismo) que o definiu como sendo aquele que implica a utilização de equipamentos sanitários que façam uso de recursos naturais, climáticos e termais em particular. Esta definição excluía tudo que não fosse curativo e fosse exterior aos recursos naturais apesar de considerar a importância dos fatores psicológicos. (OMT, 2009).

Posteriormente, em 1981, os membros afiliados da O.M.T. elaboraram um estudo que concluiu pela necessidade de uma política de produtos adaptados ao turismo moderno relativamente aos quais a saúde constitui a motivação principal considerando como tais programas de turismo de saúde que nenhum destino turístico permitam aos turistas elevar o seu nível de saúde e prevenir os diferentes fatores de risco especialmente os ligados aos modos de vida das sociedades modernas. Passa a considerar os locais onde se situam os recursos naturais como destinos turísticos, os seus utilizadores como turistas e tanto abrange a cura como a prevenção em sentido amplo.

Andrade (1976), afirma que turismo de saúde é o conjunto de atividades turísticas que as pessoas exercem na procura de meios de manutenção ou aquisição de bom funcionamento e sanidade de seu físico e de seu psiquismo. Segundo Godoi (2004), o turismo de saúde envolve uma ampla gama de serviços externos e internos ao ambiente hospitalar. A amplitude do alcance dos serviços usufruídos pelos pacientes e acompanhantes em busca de tratamento médico ultrapassa os limites físicos de um Hospital.

O Ministério do Turismo caracteriza desde 2006 o turismo de saúde como atividades turísticas recorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos, ressaltam-se que os termos turismo hidrotermal, turismo hidromineral, turismo hidroterápico, turismo termal, turismo de bem-estar, turismo de águas, turismo medicinal, turismo médico-hospitalar, entre outros, podem ser compreendidos de maneira genérica como Turismo de Saúde.

2 PERFIL E MERCADO DO TURISMO DE SAÚDE

Inicialmente é preciso diferenciar que a abordagem ao turismo de saúde envolve dois setores econômicos diferentes, o “Turismo” e a “Saúde”, esta análise está voltada

para o segmento do turismo em primeiro plano e o da saúde em segundo. Segundo Godoi (2004) Do ponto de vista do turismo há a utilização de toda a infraestrutura turística “a serviço” da pessoa que busca a forma de tratamento que seja mais vantajosa ou que não exista na sua localidade. Assim, o turismo surge como um setor que dá suporte a uma motivação maior ou superior que está voltada para a saúde.

As viagens para recuperação ou tratamento de saúde são muito comuns dentro de todos os países, sendo difícil sua mensuração dado a amplitude e diversidade dos meios utilizados, de transportes a serviços de saúde (hospitais, clínicas, etc.) Normalmente os deslocamentos ocorrem em dois fluxos diferentes:

Pessoas que residem em regiões desprovidas de recursos de saúde compatíveis com suas necessidades, procuram grandes centros urbanos para realizarem seus tratamentos em hospitais, clínicas, consultórios médicos, etc. Tem sido as principais correntes turísticas observadas em número, na diversidade da origem embora se concentrem em poucos destinos.

Pessoas que residem nos grandes centros urbanos e que procuram regiões fora desses centros como no interior do país, na natureza, em estâncias climáticas ou hidrominerais, etc. na busca de tratamentos alternativos ou não-convencionais. Trata-se de um fluxo menor com poucos polos emissores e grande diversidade de destinos.

Essa inversão apresenta motivações similares, mas com objetivos e resultados diferentes. São fluxos crescentes, muitas vezes polarizados que podem sofrer alterações na origem e no destino de acordo com os investimentos realizados no setor de saúde, e utilização parcial ou completa da infraestrutura turística existente.

Quando nos aprofundamos nas denominações originadas sobre o turismo de saúde encontramos basicamente duas vertentes: O turismo médico-hospitalar, e o turismo de bem estar.

Dentro desta designação o Ministério do Turismo (2006) caracteriza o turismo de Bem estar como atividades turísticas motivadas pela busca da promoção e manutenção da saúde realizada por meio de tratamentos acompanhados por equipes de profissionais de saúde especializados, que visam a diminuição dos níveis de estresse, além da aprendizagem e manutenção de uma vida saudável e equilibrada e até mesmo a prevenção de determinadas doenças.

Para o turismo médico-hospitalar a denominação efetuada também pelo Ministério do Turismo é os deslocamentos motivados pela realização de tratamentos e exames diagnósticos por meio do acompanhamento de recursos humanos especializados e integrados em estruturas próprias, tendo como objetivo tanto a cura ou a amenização dos efeitos causados por diferentes patologias, como fins estéticos e terapêuticos. O que engloba tratamentos medicinais, odontológicos, cirúrgicos, e pós-cirúrgicos.

Já para a ABRATUS (Associação Brasileira de Turismo de Saúde), O turismo de Bem-Estar é motivado pela busca de atividades que auxiliem na diminuição do estresse, sirvam de aprendizado para prevenir determinadas doenças e obter uma vida mais saudável. Apesar de essa modalidade de turismo poder ser efetuada também em hospitais como a realização de um *check-up*, por exemplo, é mais recorrente que os diversos tipos de tratamento sejam feitos em espaços como spas, resort e centros de bem-estar.

E o Turismo médico-hospitalar é uma modalidade do turismo de saúde que tem por intuito realizar tratamentos e exames diagnósticos, tendo como objetivo tanto a cura ou a amenização dos efeitos causados por diferentes doenças, como fins estéticos e terapêuticos. São procedimentos e tratamentos medicinais, odontológicos, cirúrgicos e não-cirúrgicos realizados em espaços que ofereçam as condições necessárias, como hospitais, consultórios e clínicas estéticas e odontológicas. Do ponto de vista hospitalar, ainda que a pessoa tenha viajado em busca de tratamento, ela continua a ser apenas paciente. Contudo, esse paciente não deixa de ser turista à medida que ele também mobiliza a economia local e usufrui, em muitos casos, dos atrativos e dos serviços turísticos que o local oferece.

Podemos então entender que o turismo de Bem-estar está voltado à prevenção e manutenção da saúde, e o turismo médico-hospitalar à cura das doenças.

O turismo caracterizado como bem estar possuem uma variedade de estâncias, termas e SPAS que fazem uma maior divulgação de seus produtos, pois o contexto é vendável a qualquer pessoa, esteja ela enferma ou não, ao contrário do turismo médico hospitalar que o público é voltado à especialidades de cura ou transformação como cirurgias plásticas, odontológicas, bariátricas, etc. Portanto entende-se que o turismo de bem estar é mais comercial e o médico hospitalar é mais específico à clientes portadores de patologias.

2.1 OS NÚMEROS DA ECONOMIA DO TURISMO DE SAÚDE E ANÁLISE ESPACIAL DO TURISMO MÉDICO.

Segundo a Revista Veja Saúde (25/08/2014) Pelo menos 7 milhões de pessoas tomaram um avião em 2013 e viajaram ao exterior em busca de uma modalidade de turismo em ascensão: o turismo médico. A combinação de preço baixo e boa qualidade atrai viajantes para um mercado que cresce de 20 a 25% ao ano, de acordo com dados da *Patients Beyond Borders*, editora americana de guias de viagem especializada no setor. "O aumento da riqueza mundial e da facilidade de deslocamento faz com que a procura por atendimento médico em outros países seja cada vez maior", afirma *Josef Woodman*, CEO da editora.

No site desta mesma editora, existem as descrições dos muitos destinos do mundo a que eles vendem os roteiros, e o Brasil é descrito como País com preços variáveis, mais bastantes acessíveis para cirurgias e tratamentos de saúde, chegando a ser 20% a 30% mais baratos comparados aos USA dependendo da especialidade a ser tratada. No Brasil encontra-se excelentes hospitais e clínicas acreditados internacionalmente pela *Joint Comission* (Acreditadora Canadense que classifica os hospitais nas melhores práticas de segurança do paciente). Destaca que os maiores destinos receptores estão no Rio de Janeiro e São Paulo e cidades como: Santos, Recife e Porto Alegre também são mencionados. Importante ressaltar que na capital do Rio Grande do Sul foi criada a Porto Alegre *Health Care Cluster* pela Secretaria Municipal de Turismo, em conjunto com os hospitais Moinhos de Vento, Mãe de Deus, Santa Casa e São Lucas da PURS. É uma organização público-privada, com o objetivo de fazer de Porto Alegre uma plataforma de turismo médico e o principal destino, no Brasil e na América Latina, para turistas norte-americanos e europeus que buscam tratamento de saúde fora do seu país.

O site destaca também que a maior atração do destino médico do Brasil são as cirurgias plásticas com 4.500 médicos licenciados e 52 hospitais acreditados. Revelam também que 50.000 turistas de saúde que o Brasil recebe são provenientes de seus vizinhos limítrofes como: Equador, Bolívia e Uruguai, as críticas ao Brasil são bastante salientadas, principalmente ao que se refere à violência, a baixa infraestrutura e incentivo do governo e a grande barreira com a língua Inglesa.

Para a editora *Patients Beyond Borders* a escolha dos melhores destinos para o turismo médico depende de alguns fatores vitais como: Investimento do governo e do setor privado em infra-estrutura de cuidados à saúde; Compromisso das instituições na acreditação internacional; Garantia de qualidade e transparência dos resultados; Fluxo Internacional de pacientes; Potencial redução de custos de procedimentos médicos; Transparência política e estabilidade social; Infra-estrutura turística excelente; Reputação sustentada pela excelência clínica; História de inovação e realizações dos cuidados médicos, A adoção das melhores práticas e tecnologia médica e Disponibilidade de uma equipe médica treinada e experiente.

Procedimentos de baixa, média e alta complexidade que vão de implantes dentais a operação de mudança de sexo estão na mira dos turistas. Um americano gastará menos para atravessar o globo e se submeter a uma cirurgia de hérnia de disco na Índia, por exemplo, do que se for operado em casa. O procedimento, que custa cerca de R\$ 100.000 (cem mil reais) nos Estados Unidos, sai por R\$ 21.000 (vinte e um mil reais) no país asiático. (*Patients Beyond Borders*).

Em 2013, cerca de 180 000 estrangeiros desembarcaram no Brasil em busca de algum tratamento (Ministério Do Turismo – Estudo da demanda turística internacional 2007-2013) o que coloca o país na liderança do ranking do turismo médico na América do Sul e oitavo a nível mundial. A procura por atendimento cresce de 10 a 12% ao ano, desde 2006, afirma diz Gilberto Cunha Galletta, gerente de relações internacionais do Hospital Israelita Albert Einstein, em São Paulo em reportagem à *Veja Saúde*. Cirurgias plásticas e procedimentos de alta complexidade, como tratamentos oncológicos e operações neurológicas e cardíacas, são os mais procurados pelos pacientes que vêm de fora. Cerca de 18% da demanda de estrangeiros que procuram o Brasil para serviços de saúde sem ser países limítrofes são provenientes de Angola, na África. Apenas os EUA, com 20% e França, com 19%, ultrapassam este país africano.

Agências de turismo médico, Brasileiras e estrangeiras oferecem ao cliente uma longa lista de hospitais, médicos e tratamentos em torno do globo. Se o paciente preferir, as agências recomendam hospitais de acordo com a necessidade da pessoa: preço mais baixo, país mais próximo ao local de residência ou serviço de ponta.

Os países mais visitados para tratamentos médicos, segundo a *Veja Saúde* (25/08/2014), são: Turquia, Taiwan, Brasil, Coreia do Sul, Índia, Cingapura, Malásia,

México, Estados Unidos, Costa Rica e Tailândia, este foi o país campeão do turismo médico, atendendo 1 800 000 pacientes em 2013, segundo estimativa da *Patients Beyond Borders*, em grande parte, os estrangeiros são do Oriente Médio.

Um dos tratamentos mais procurados no país é a cirurgia de mudança de sexo. A Tailândia tem 37 instituições certificadas com o selo *Joint Commision International*, sendo o *Bumrungrad International*, o Hospital que mais recebe estrangeiros no mundo, está localizando em Bangkok e para atingir essa liderança, a instituição montou 32 escritórios em diversas regiões do planeta para divulgação de seus serviços, cerca de 75% do faturamento da instituição vêm dos pacientes internacionais.

Segundo a ABRATUS (Associação Brasileira de Turismo de Saúde), O Brasil é um dos países que mais escolas de medicina possui no mundo, são 181 instituições. São delas que saíram os 350.000 médicos que atuam no país, boa parte deles com especialização nos Estados Unidos ou na Europa. Para se ter um dado de comparação com países que já atuam em Turismo de Saúde, a Costa Rica possui 5.200 médicos, Cingapura, 8.300 e a Tailândia 18.900. Além da quantidade, a maior parte dessas escolas está associada a hospitais. Esta sinergia entre a academia e as instituições de medicina, algumas seculares, fizeram o país desenvolver várias áreas de excelência, espalhadas por todo o seu território.

Há apenas alguns anos os hospitais brasileiros passaram a se interessar pela acreditação da *Joint Comission International*, e o crescimento está sendo vertiginoso. Em 2011, eram 17 hospitais acreditados. Em 2012, já são 25, um aumento de 47,06% em menos de um ano. E esse número tende a crescer exponencialmente, em 2015 já são 28. As instituições acreditadas hoje estão localizadas em São Paulo (17), Rio de Janeiro (5), em Porto Alegre (03) e Recife (02), Joinville (1). Como dados de referência, a Costa Rica possui 2 hospitais acreditados, a Colômbia, 3, a Índia, 22 e Cingapura, 21, Argentina (1). (*Joint Comission*)

Segundo o site Estadão (01 de novembro de 2013 | 7h 11), A dobradinha preço e excelência em determinadas especialidades clínicas tem colocado o Brasil no mapa do turismo médico mundial. O segmento, caracterizado pelo vai e vem de estrangeiros em busca de tratamentos de baixa, média e alta complexidade, atingiu o faturamento de R\$ 3 bilhões no País em 2013, com projeções de crescimento de 43% nos próximos anos, segundo a consultoria Delloite.

Na mesma reportagem ao jornal Estadão (01 de novembro de 2013 | 7h 11), O Sócio de uma das principais empresas na área de turismo médico do mundo, a espanhola *Sphera Global Health Care*, Alex Lifschitz também aposta no potencial brasileiro. O empresário conta que se prepara para ter em São Paulo o seu segundo principal mercado emissor de pacientes, atrás apenas de Barcelona, onde a empresa está instalada. “A procura já é grande principalmente por países africanos que falam português, norte-americanos e alguns países da América Latina”, diz ele, que fatura US\$ 50 milhões por ano. “Poderia ser melhor no Brasil se existisse uma oferta maior de leitos nos hospitais”, conta o espanhol.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as famílias brasileiras gastaram R\$ 103,2 bilhões com despesas de saúde no ano de 2005. No geral, as atividades ligadas à saúde no Brasil geraram R\$ 97,3 bilhões de valor adicionado ao PIB e responderam por 3,9 milhões de empregos, (4,3% do total do país).

Apesar de a área ser relativamente nova no País, o Brasil já entrou no hall de países que importam pacientes, a exemplo de lugares como a Índia, Tailândia, Malásia e Cingapura. De acordo com o Ministério do Turismo, o estrangeiro que vem ao Brasil por motivos de saúde é o que permanece por mais tempo (em média 22 dias) e um dos que mais gasta (US\$ 120 por dia). Em 2003, o grupo de turistas que chegavam ao País motivados por tratamentos médicos representou 0,5% dos estrangeiros que desembarcaram por aqui. Em 2005, a porcentagem chegou a 0,9% (aproximadamente 48,6 mil pessoas).

Segundo o site São Paulo turismo (10/05/2012), São Paulo recebe mais de 12 milhões de turistas. Entre os visitantes nacionais, 9,1% vem para a cidade fazer turismo de saúde. Entre os estrangeiros que visitam a capital, 3% tem como motivação tratamentos médicos. Os dados são da pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) em parceria com a SPTuris realizada em 2008.

Somente entre os turistas que ficam hospedados em hotéis, “Saúde” já desponta como a quarta maior motivação dos turistas que chegam à capital paulista, com 17,9%, atrás somente de “Negócios” (42,4%), “Lazer” (20,5%) e “Estudos/Conhecimento” (19,2%). Outra pesquisa da SPTuris, também realizada ao longo de 2008, mostrou que a maioria dos eventos entre feiras, congressos e seminários que acontecem na cidade de São Paulo são relacionados à medicina, com 27,6%.

As áreas de saúde mais procuradas pelos visitantes na capital paulista são a cirurgia plástica, dermatologia, cirurgia bariátrica, odontologia, cardiologia e oftalmologia, além de oncologia e reprodução assistida.

Os estados de São Paulo e o de Recife criaram Guias específicos de Turismo de saúde com uma seleta lista de locais para a realização deste segmento, com a indicação de: *Check ups*, Hospitais, Clínicas, Plásticas e Estéticas, Laboratórios, Clínicas e SPAS Odontológicos, SPAS e clínicas de massagens, Saúde ao ar livre, Informações e serviços, Gastroenterologia, Medicina diagnóstica, Oncologia, Hematologia, reprodução assistida e informações sobre a cidade. Estes guias online foram elaborados pelas secretarias de turismo destes estados e podem ser acessados sem custo.

2.2 – ANÁLISE ESPACIAL DO TURISMO DE BEM ESTAR

Quando procuramos destinos e roteiros de Turismo de Bem-Estar nos meios de comunicação à busca torna-se mais acessível do que os roteiros de turismo médico, pois os empreendimentos que atendem a este público crescem a cada dia no Brasil e no mundo, Estâncias termais, SPAS, Hotéis de Lazer e balneários possuem um grande apelo publicitário e a demanda a estes destinos é crescente. Estes empreendimentos oferecem serviços medicinais, relaxamentos, paz espiritual, conexão com o meio ambiente, tratamentos hidroterápicos, etc. Produtos estes muito procurado pelo homem moderno.

Geralmente o custo destes destinos podem ser bastante elevado pela oferta dos serviços ou do pacote selecionado. Existem SPAs como o da Lapinha, caracterizados como SPA médico, localizado na cidade da Lapa-PR que promovem redução e reeducação alimentar, reabilitação cardíaca, desintoxicação, prevenção geriátrica, e etc. Seus pacotes podem chegar a R\$30.000,00 (trinta mil reais) dependendo dos serviços contratados e dos dias de tratamento (Consulta realizada ao SPA Lapinha dia 08/06/2015).

Em recente levantamento feito pela ABC SPAs, existem no Brasil cerca de 1.000 (mil) estabelecimentos que podem ser classificados como “SPAs” esses, subdivididos em três categorias: Destino, Resort e Urbano (ou *Day Spas*). Mesmo o movimento dos SPAs Urbanos tendo surgido com força somente após o ano 2000, eles

já representam $\frac{3}{4}$ dos estabelecimentos (75% operando no país), seguidos pelos SPAs/Resort com 18% e os SPAs Destino com 7%.

Analisando os roteiros de turismo de saúde disponíveis online durante o período da pesquisa, pudemos observar o quão difícil é encontrar roteiros formatados disponíveis como: “roteiros de Turismo de saúde”, “roteiros de Turismo médico” e “roteiros de Turismo de Bem-Estar”.

Dos guias e revistas analisados encontramos uma única revista que dispunha do ícone “turismo de saúde” em suas categorizações de roteiros, esta revista foi a Roteiros do Brasil (2011), configurada pelo Ministério do Turismo a qual foi resultado do processo de evolução e amadurecimento do mercado turístico nacional, dos órgãos oficiais de turismo das unidades da Federação e do Ministério do Turismo, que nos últimos anos adotou a roteirização como estratégia para ampliar e diversificar a oferta turística no País foi então desenvolvido roteiros turísticos estruturados, que contemplam os 26 Estados e o Distrito Federal, dentro da filosofia do Programa de Regionalização do Turismo, diante disto foi elaborado 94 roteiros do Brasil classificados com os ícones: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos, Ecoturismo, Turismo de estudo e intercambio, Turismo de pesca, Turismo de aventura, Turismo Náutico, Turismo de saúde e Turismo Rural.

Em suas nomenclaturas estruturais na classificação dos roteiros apenas seis estados dos 26 abordam o ícone turismo de saúde, estes encontram-se nos estados da Bahia (roteiro volta ao parque com Guiné e fumacinha), Ceará (roteiro costa a costa / roteiro 4x4 nas falésias) Piauí (roteiro Piauí surpreendente/ roteiro surpresa, aventura e mistério), Goiás (Roteiro viva a chapada), São Paulo (roteiro circuito das águas paulistas) e Paraná (roteiro cataratas do Iguaçu, circuito das águas e Guarani). Porém destes seis estados citados, não havia nenhuma especificação sobre o turismo de saúde. Os roteiros foram mencionados de forma geral, constando os principais atrativos e passeios, mas nenhum enfoque exclusivo para o turismo de saúde, observamos também que além do ícone turismo de saúde existiam pelo menos sempre mais dois ícones com a classificação dos demais tipos de turismo a serem realizados nos roteiros descritos.

Além dos roteiros formatados, existem inúmeros destinos caracterizados como Turismo de Bem estar como, por exemplo, as termas, segundo o site *TheCities*, as termas encontram-se principalmente nos estados de Goiás (Rio Quente, Caldas Novas e

Itajá), Rio Grande do Norte (Mossoró), Minas Gerais (Poços de Caldas), São Paulo (Olímpia e Águas de São Pedro) e Santa Catarina (Gravatal, Águas Mornas, São Carlos, Águas de Chapecó, Piratuba. São João do Sul e Santo Amaro da Imperatriz). Já os spas mais procurados estão em Minas Gerais (Uberlândia), Rio de Janeiro (Petrópolis, Cabo Frio e a capital), São Paulo (Amparo, Itatiba, Igaratá. São Carlos, Sorocaba e Jundiáí), Pernambuco (Recife), Ceará (Beberibe e Fortaleza), Alagoas (Maragogi), Santa Catarina (Gramado e Florianópolis) e Paraná (Iretama e Lapa).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo de Saúde ainda que pouco difundido no Brasil, tem evoluído muito com os novos contextos da vida moderna, cada vez mais pessoas estão buscando a prevenção da cura e as mesmas não medem esforços para que isso aconteça, para tanto, muitas vezes buscam tratamentos patológicos ou o bem-estar de seu corpo e mente em locais que ofereçam infraestrutura para a realização deste objetivo, o que condiciona a realização do turismo de saúde.

Este também pode ser uma alternativa para a sazonalidade típica das atividades turísticas. Essa prática de turismo pode permitir uma maior mobilidade da promoção de serviços de ordem preventiva ou curativa que não estejam vinculados às épocas tradicionais de viagens destinadas a lazer, o que fomenta a economia da localidade e muitas vezes promove o destino como referência em tratamentos de saúde, o que ocorre hoje na cidade de São Paulo com o turismo médico.

O turismo médico no Brasil é mercado certamente promissor, mas ainda incipiente se compararmos com outros países receptores de pacientes. Mesmo na área de cirurgia plástica, se houvesse um trabalho mercadológico para promover o Brasil no exterior, sua representação no cenário mundial seria muito superior à atual, além disso, a percepção do estrangeiro seja ele paciente ou promotores de viagem ainda é muito negativa quando abordamos assuntos como infraestrutura, domínio da língua estrangeira, violência e falta de incentivo do governo federal, a mesma vertente se dá ao turismo de Bem-Estar, por mais que os empreendimentos sejam facilmente comercializáveis, os roteiros a este segmento são pouco divulgados, muito mais aparente se torna à promoção de um único estabelecimento como SPAs, Termas, balneários do que um roteiro entre eles.

Podemos concluir que a contribuição do Turismo de Saúde para o mercado nacional e internacional é exponencial economicamente e muito promissor. Os grandes Polos especializados e as localidades que possuem estabelecimentos que ofereçam infraestrutura adequada para este segmento seja médico ou de Bem estar tem muito a ganhar nos próximos anos com a tendência que se apresenta, isso faz com que o mercado se aqueça e se especialize, tornando o competitivo e com ele traz alternativas para fomentar cada vez mais a economia das localidades e movimentando os serviços adjacentes.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alessandro; KOGAN, Andréa; JUNIOR, Rinaldo Zaina. **Elaboração de roteiros e pacotes**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2007.

GODOI, Adolfo Felix. **Hotelaria Hospitalar e humanização no atendimento em hospitais**. São Paulo: Ícone, 2004.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PAIXÃO, Dario L. D.; GÂNDARA, J. M. G. A Legalização dos Cassinos no Brasil: uma análise comparativa das situações governamentais em outros países. **Turismo - Visão e Ação**, v.1, n.2. Balneário Camboriú: Ed. da Univali, 1999.

TAVARES, Adriana de Menezes. **City tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

Sites Eletrônicos consultados

Associação Brasileira de Clínicas e Spas. Disponível em: <http://migre.me/qdv0T>. Acesso em 04/06/2015.

Associação Brasileira de Turismo de Saúde. Disponível em: <http://migre.me/qduKT>. Acesso em: 04/06/2015.

BRASIL, EMBRATUR. **Turismo de Saúde**: estudo preliminar das oportunidades para a comercialização no Brasil, com foco no mercado internacional. Uso interno. Brasília: Embratur, 2005. Acesso em: 05/06/2015.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Estudo da demanda turística internacional 2004-2008**: Relatório final. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos>. Acesso em: 04/06/2015.

_____. **Manual de Pesquisa – Inventário da Oferta Turística:** instrumento de pesquisa. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 02/06/2015.

_____. Disponível em: <http://migre.me/qdv4y>. Acesso em: 25/05/2015.

_____. Disponível em: <http://migre.me/qdv7v>. Acesso em: 27/05/2015.

_____; FIPE. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil:** relatório final. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos>. Acesso em: 02/06/2015.

Joint Commission International. Disponível em: <http://migre.me/qduXI>. Acesso em: 02/06/2015.

Jornal Estadão. Disponível em: <http://migre.me/qdvbo>. Acesso em: 06/06/2015.

Jornal o Povo. Disponível em: <http://migre.me/qduEr>. Acesso em: 03/06/2015.

Revista Roteiros do Brasil. Disponível em: <http://migre.me/qdvOt>. Acesso em: 02/06/2015.

Revista Veja Saúde. Disponível em: <http://migre.me/qduHr>. Acesso em: 04/06/2015.

Patients Beyond Borders. Disponível em: <http://migre.me/qduPo>. Acesso em: 04/06/2015.

Portal Ahesc Fehoesc. Disponível em: <http://migre.me/qdvsi>. Acesso em: 08/06/2015.

Portal Eco Viagem. Disponível em: <http://migre.me/qdvH>. Acesso em: 02/06/2015.

Portal Estética In: São Paulo. Disponível em: <http://migre.me/qdvzN>. Acesso em: 02/06/2015.

Portal Terra Economia. Disponível em: <http://migre.me/qdveU>. Acesso em: 09/06/2015.

Portal TheCities. Disponível em: <http://migre.me/qdvjg>. Acesso em: 20/05/2015.

São Paulo Turismo. Disponível em: <http://migre.me/qdvGR>. Acesso em: 02/06/2015.

Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná. Disponível em: <http://migre.me/qdvIW>. Acesso em 25/05/2015.

World Tourism Organization. Disponível em: <http://www2.unwto.org/>. Acesso em: 11/06/2015.