

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

AMANDA FRITZ

TURISMO DE SAÚDE:
O ESTUDO DE CASO DA LAPINHA CLÍNICA SPA, LAPA (PR)

PONTA GROSSA
2009

AMANDA FRITZ

TURISMO DE SAÚDE:
O ESTUDO DE CASO DA LAPINHA CLÍNICA SPA, LAPA (PR)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do grau de graduado no curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientador:

Prof. Ms. Luiz Fernando de Souza

PONTA GROSSA

2009

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela dádiva da vida, sabedoria e por iluminar meu caminho, proporcionando-me inspiração e força para realização deste trabalho.

Aos meus pais, Jorge e Maria da Graça por todas as lições valiosas que me ensinaram, pela paciência, atenção, amor e carinho que tiveram comigo durante toda minha vida, além do apoio e conselhos que me deram durante todo o curso.

Aos meus irmãos Cleverson e Marcelo, que também apoiaram-me durante a trajetória do curso.

Aos meus tios, Hugo e Ângela, e minha prima Josely, que assim como minha mãe, disponibilizaram-se de seu tempo para me levarem até a Lapinha Clínica Spa.

Ao Prof. Ms. Luiz Fernando de Souza, pela contribuição na orientação deste trabalho, por me ajudar a definir a pesquisa, pela abertura do contato com a Lapinha Clínica Spa, facilitando minhas visitas ao local e por fornecer materiais que abordassem o tema deste trabalho.

À Prof^a. Ms. Márcia Maria Dropa, por me ajudar na elaboração inicial do meu pré-projeto, indicando-me meios de como realizar a pesquisa.

Aos outros professores do Departamento de Turismo que contribuíram para minha formação, e que com suas aulas acabaram contribuindo também para a elaboração deste trabalho.

À Lapinha Clínica Spa, nas pessoas de Luzia de Almeida e Luiz Antonio M. de Azambuja, por estarem a disposição tanto no contato por e-mails, telefone, como nas visitas realizadas ao local em estudo, e por disponibilizar dados e materiais sobre a Lapinha, fundamentais para a realização da pesquisa.

Aos amigos, em especial Maria Fernanda Cordeiro, Thalissa N. Tezuka, Fernanda H. Nogueira, Louise Morais, Gracielle Ribeiro, Karina Coloda, Pâmela Ribas e Laís R. Trisoglio que me apoiaram e animaram-me nos momentos em que por algum motivo estava desanimada, por darem conselhos e por me tranquilizar quando estava preocupada com a realização deste trabalho.

E a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

“Fazer Turismo é como explorar um oceano e enxergar oportunidades no horizonte, em busca de descanso e felicidade.”

(Rinaldo Pedro)

RESUMO

A presente pesquisa tem por objetivo analisar o turismo de saúde, tendo como estudo de caso a Lapinha Clínica Spa. Mesmo que recente, é um segmento turístico que vem crescendo ao longo dos anos. A saúde é algo que vem preocupando cada vez mais as pessoas, principalmente nos dias atuais. O estresse do dia a dia, o cotidiano conturbado da vida moderna, a violência, a poluição, vem prejudicando a saúde de muitas pessoas, resultando no aparecimento de doenças cardíacas e respiratórias, além de problemas com obesidade devido à falta de uma alimentação saudável e correta. O turismo de saúde é uma segmentação turística bastante abrangente, envolvendo diferentes espaços que promovem a saúde (clínicas, hospitais, spas, estâncias hidrotermais). No Brasil o fenômeno ainda é recente, porém muitos estrangeiros vêm para cá para realizar diferentes cirurgias. Muitos outros países, considerados também como subdesenvolvidos, são procurados para cirurgias ou tratamentos. O melhor exemplo é Cuba, em que o Turismo de Saúde é bastante desenvolvido. Nesta pesquisa utilizou-se como metodologia a pesquisa exploratória, buscando compreender e analisar o turismo de saúde através de uma visão geral do que este segmento envolve, partindo para um estudo de caso específico: Lapinha Clínica Spa – Lapa (PR), realizando visitas *in loco*. A metodologia a ser seguida é a pesquisa bibliográfica e a coleta de dados e informações no objeto de estudo escolhido. A análise da pesquisa proporcionou obter um panorama geral daquela empresa, desde sua infra-estrutura, serviços, qualidade de atendimento, bem como o perfil de sua demanda.

Palavras-chave: Turismo, Turismo de Saúde e Lapinha Clínica Spa

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Monumento do tropeiro	48
FIGURA 2 – Clínica Bircher-Benner em Zurique, Suíça.....	55
FIGURA 3 – Vista do Prédio da Piscina Cobertura	56
FIGURA 4 – Lar Lapeano de Saúde na época da inauguração, 1972	60
FIGURA 5 – Vista aérea da Lapinha Clínica <i>Spa</i>	67
FIGURA 6 – Apartamento luxo	68
FIGURA 7 – Sauna	68
FIGURA 8 – Trilha para Caminhada	68
FIGURA 9 – Quadra de Tênis	68
FIGURA 10 – Piscina Coberta.....	69
FIGURA 11 – Infra-estrutura da Lapinha Clínica <i>Spa</i>	69
FIGURA 12 – Construção da nova clínica.....	70
FIGURA 13 – Semanas Especiais	73
FIGURA 14 – Produtos Orgânicos	76
FIGURA 15 – Tanque de Kneipp.....	82
FIGURA 16 – Alongamento.....	84
FIGURA 17 – Caminhada	84
FIGURA 18 – Hidroginástica	85
FIGURA 19 – Nordic Walking.....	85
QUADRO 1 – Segmentação.....	24
QUADRO 2 – Fluxo de demanda.....	37
TABELA 1 – Distâncias a partir da Lapinha	71

TABELA 2 – Pacote 7 dias.....	77
TABELA 3 – Pacote 5 dias.....	77
TABELA 4 – Programa Fidelidade	78

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Gênero	86
GRÁFICO 2 – Estado civil	87
GRÁFICO 3 – Faixa etária	87
GRÁFICO 4 – Profissão	88
GRÁFICO 5 – Cidade.....	89
GRÁFICO 6 – Estado (UF).....	89
GRÁFICO 7 – Objetivo da estada	90

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A – Roteiro Curitiba – Lapinha.....	102
ANEXO B – Modelo de Programação para 7 dias.....	104
ANEXO C – Massagens.....	106
ANEXO D – Tratamentos Hidroterápicos	109
ANEXO E – Elementos Do Mayr-Kur	111
ANEXO F – Tratamentos Corporais E Faciais	113
ANEXO G – Atividades Físicas	118
ANEXO H – Termo de Autorização para uso do nome	120

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – TURISMO	14
1.1 MOTIVAÇÃO	20
1.2 SEGMENTAÇÃO.....	23
CAPÍTULO 2 – TURISMO DE SAÚDE	27
2.1 TERMALISMO	38
2.2 ESTÂNCIAS	41
2.3 SPAS	43
CAPÍTULO 3 – LAPA E LAPINHA CLÍNICA SPA – BREVE HISTÓRICO	48
3.1 LAPA.....	48
3.2 LAR LAPEANO DE SAÚDE.....	52
CAPÍTULO 4 – TURISMO DE SAÚDE NA LAPINHA CLÍNICA SPA	66
4.1 LAPINHA CLÍNICA SPA	67
4.2 TERAPIAS E TRATAMENTOS.....	79
4.3 ATIVIDADES FÍSICAS E DE ENTRETENIMENTO	84
4.4 PERFIL DA DEMANDA	86
CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS	99

INTRODUÇÃO

A preocupação com a saúde vem aumentando nos últimos anos, acompanhando o processo de transformações no modo de vida da população. Com o crescimento das cidades e, conseqüentemente, da poluição e da violência, bem como a tendência por uma alimentação não saudável, houve um aumento dos problemas de saúde: como os cardíacos, respiratórios, estresse, obesidade, entre outros. Com isso a procura por espaços que promovem a vida saudável está maior, pelas pessoas que apresentam algum problema de saúde.

Neste sentido a saúde é considerada como um dos motivos que levam as pessoas a se deslocar de seus locais de residência. Esse deslocamento se dá em direção a outras cidades, e acontece tanto no meio rural quanto no meio urbano, incluindo também para outros países.

Sendo assim, com este movimento de pessoas na busca pela cura e bem-estar, tem-se o Turismo de Saúde. Este segmento turístico é considerado novo, embora sua prática esteja mais em evidência atualmente. A busca pela cura é uma prática antiga, inclusive na própria história do turismo encontram-se registros dessa prática, nos povos romanos, por exemplo, que utilizavam os banhos públicos, praias para curas. De acordo com Silva e Barreira (1994), na contextualização sobre turismo de saúde, a utilização das águas para cura já era feita pelos homens primatas. Desta maneira, é dito que o início do turismo de saúde foi com o uso terapêutico das águas.

Atualmente existem vários espaços que promovem a saúde, desde hospitais nas cidades a *spas* na região rural, além das diferentes maneiras para se fazer a prevenção da saúde ou obter a cura de doenças, envolvendo tanto a medicina convencional como a alternativa. Desta maneira, tem-se como problemática a compreensão e análise do Turismo de Saúde: como este segmento turístico é desenvolvido, e que tipo de locais em potencial encontram-se inseridos nele. Para tanto, a metodologia utilizada na pesquisa será por meio do método exploratório.

Para tanto, o desenvolvimento da presente pesquisa se deu em dois momentos: no primeiro foi realizado um levantamento bibliográfico das obras relacionadas direta ou indiretamente com o assunto, e feito também o levantamento de fontes secundárias como revistas, *web sites* entre outros. Num segundo

momento, para que a pesquisa exploratória fosse viável, houve a necessidade de um estudo de caso. Para o qual, foi escolhida a “Lapinha Clínica Spa” situada na cidade da Lapa. A escolha se deu em virtude de que o local atende aos objetivos específicos da pesquisa, que são: compreender e analisar o turismo de saúde na teoria e na prática e conhecer a Lapinha Clínica Spa, bem como seu potencial em turismo de saúde e bem-estar. Outro motivo para a escolha foi a proximidade geográfica que propiciou as visitas *in loco*.

Embora, o estudo de caso seja sobre um local que está na região rural, a pesquisa, primeiramente, aborda diferentes espaços que promovem a saúde. Desta maneira inclui, além do meio rural, também o urbano. Pretende-se com isso compreender a extensão que tem o turismo de saúde, ou seja, que ele envolve desde diferentes cirurgias em hospitais, estética, até tratamentos naturais realizados em espaços como a Lapinha.

Desta maneira, é possível alcançar o objetivo geral da pesquisa: analisar o Turismo de Saúde, tendo como estudo de caso a “Lapinha Clínica Spa”.

Para analisar a Lapinha Clínica Spa, além das visitas realizadas, foram utilizadas materiais sobre o estabelecimento. Neste sentido, incluiu-se o livro “Lapinha: a natureza da Lapa – Lar Lapeano de Saúde”, produzido pelos autores João José Bigarella, Oldemar Blasi e Dieter Brepohl em comemoração aos 25 anos da Lapinha, em 1997, assim como material cedido pelo spa e informações contidas no site da empresa. Estes materiais contribuíram para descrever sua história e tudo o que envolvesse o espaço, desde o atendimento, perfil do cliente até serviços e infra-estrutura. Sendo assim, houve a facilidade de descrever o local e mostrar que a Lapinha Clínica Spa é um exemplo na prática de Turismo de Saúde e Bem-estar.

Contudo, o trabalho acadêmico está dividido em quatro capítulos. O primeiro abordará de uma maneira geral o Turismo; o segundo tratará especificamente do Turismo de Saúde, começando por sua história, surgimento, no caso pelas águas, partindo para definição de saúde, compreensão sobre medicina convencional e dando ênfase em medicina alternativa, já que é utilizada na Lapinha, e posteriormente abordando turismo de saúde. Ainda neste mesmo capítulo, será visto alguns tipos de turismo que fazem parte desta segmentação em questão, tais como turismo de bem-estar, turismo médico e turismo estético.

A partir desta subdivisão, nota-se a fragmentação do turismo de saúde, aproveitando para englobar os diferentes espaços, e motivações que levam

determinada demanda a procurar estes espaços. As motivações dizem respeito ao que a pessoa procura, como por exemplo: cirurgia, relaxamento, tratamento natural. No segundo capítulo também serão explorados os diferentes tipos de tratamentos naturais, e os locais em que estes são praticados.

Já no terceiro capítulo, houve a necessidade de um breve histórico da cidade da Lapa, já que o espaço em estudo localiza-se nesta cidade. Além disto, tomar-se-á conhecimento do histórico da Lapinha Clínica *Spa* para que seja possível compreender que tipo de estabelecimento trata a pesquisa, tendo em vista a proposta da empresa. A partir disto, no quarto capítulo há a descrição da pesquisa realizada *in loco*. Sendo assim, é abordado tudo ao que se refere ao espaço: infraestrutura, serviços, terapias e tratamentos, atividades de lazer, responsabilidade social, perfil do cliente. Desta forma, obtém-se a análise do turismo e saúde na prática.

Ao tomar a pesquisa como um todo, tem-se as hipóteses de que embora o Turismo de Saúde seja um segmento relativamente novo, há relação entre estes dois setores da economia, uma vez que há um alto número de pessoas que se deslocam até locais em busca de tratamentos ou curas para doenças, locais estes, como hospitais, clínicas, *spas*, estâncias termais e hidrominerais. Enfim, o Turismo de Saúde é bastante fragmentado, sendo que nele se encontram inseridos outras vertentes como turismo de bem-estar, termal, medical e estético. Através destas vertentes pode-se perceber os diferentes tipos de locais que tem a saúde como foco principal, e que muitos dos quais também proporcionam o lazer.

CAPÍTULO 1

TURISMO

Para que a pesquisa científica seja viável é necessário o embasamento teórico. Para tanto, serão apresentados alguns conceitos sobre turismo de maneira direta ou indireta, construindo, deste modo, o suporte para a problemática em estudo, bem como seus objetivos. Sendo assim, entende-se que o turismo está inserido no setor terciário da economia, já que é constituído da comercialização de produtos e serviços turísticos, e é também considerado como uma das fontes de renda mais lucrativas existentes na atualidade.

Contudo, o turismo não é um acontecimento atual, pois sua origem vem sendo discutida desde muito tempo por pesquisadores dessa e de outras áreas. De uma maneira geral, Turismo significa o deslocamento de pessoas que saem de seu local de residência e se dirigem para outro, sem intenções lucrativas. Como define De La Torre:

Turismo vem a ser um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (*apud* BARRETTO, 2003, p. 13)

Na história do turismo há registros de que em tempos remotos o homem se deslocava por diferentes motivos. De quando, por exemplo, povos como os da antiga Grécia viajavam para assistir aos jogos olímpicos, além dos fenícios e romanos que também são considerados como antecedentes remotos do turismo. Os romanos em especial, pois se tratando de viagens que tinham como objetivo o prazer, o descanso, e a cura, pois teriam sido eles os primeiros a viajar por motivos de lazer quando se dirigiam à praia, ou cura quando iam aos *spas*. (BARRETTO, 2003).

As termas foram amplamente apreciadas pelos romanos. Passaram de locais destinados a simples banhos públicos para estabelecimentos com salas para banhos a vapor, piscinas, salas de repouso, ginástica, massagens, bibliotecas e jardins para passeios. [...] Os romanos criaram também, no Mediterrâneo, locais de lazer. Foi o início das praias. Os romanos apreciavam a praia não só para fins terapêuticos, mas também

para a prática de esportes. (CASTELLI, 1996, p. 14-15)

Segundo Barretto (2003), até o século XVI, os *spas* eram considerados lugares frequentados somente por pessoas pobres e doentes. Nestes espaços havia programas de entretenimento, sendo assim no século XVII os turistas começaram a frequentar estes lugares para usufruir da recreação organizada, em consequência disso foram aparecendo os *spas* para ricos. Porém, mais tarde, com o turismo contemporâneo (1945 a 1990), as pessoas deixaram de acreditar no poder curativo das águas termais, e os *spas* precisaram mudar sua natureza, oferecendo outros tipos de tratamento de saúde, como por exemplo o emagrecimento, o combate ao estresse, entre outros.

Percebe-se que para haver turismo são necessárias Dois elementos, uma que são as pessoas e outra é o que estas procuram. Em outras palavras, a primeira parte caracteriza-se como a demanda e a segunda como a oferta. A oferta e a demanda são elementos que fazem parte do sistema turístico.

O sistema turístico é considerado um sistema aberto, pois o turismo é uma área de estudo multidisciplinar, envolvendo assim, profissionais estatísticos, economistas, publicitários, urbanistas, administradores, enfim, de diversas outras áreas. “Assim, ao redor do turismo foi se formando uma trama de relações que caracterizam seu funcionamento. Essas relações formam um sistema” (BOULLÓN 2002, p. 37). Em sua estrutura, o sistema é dividido em dois subsistemas: a superestrutura e a infra-estrutura.

A superestrutura representa os meios legais do sistema turístico, ou seja, é o que irá regulamentar todo ele. Para Boullón (2002, p. 61):

A superestrutura turística compreende todos os organismos especializados, tanto públicos como da iniciativa privada encarregados de otimizar e modificar, quando necessário, o funcionamento de cada uma das partes que integram o sistema, bem como harmonizar suas relações para facilitar a produção e a venda dos múltiplos e dispares serviços que compõem o produto turístico.

Desta maneira, entende-se que o poder público e a iniciativa privada devem trabalhar em conjunto para propiciar o desenvolvimento harmônico da atividade turística. Sendo assim:

Cabe ao Estado construir a infra-estrutura de acesso e a infra-estrutura básica urbana – que também atende a comunidade local – e prover de uma superestrutura jurídico-administrativa (secretarias e similares) cujo papel é planejar e controlar os investimentos que o estado realiza – que permitem o desenvolvimento da iniciativa privada, encarregada de construir os equipamentos e prestar os serviços – retornem na forma de benefícios para toda a sociedade. (BARRETTO; BURGOS; FRENKEL, 2003).

Ou seja, o poder público tem o dever de viabilizar a estrutura que irá atender tanto o turismo como a comunidade local. Porém, é de responsabilidade da iniciativa privada investir na construção dos equipamentos (hotéis, restaurantes, agências), por meio dos quais serão prestados os serviços, além de serem locais em que a comunidade local poderá trabalhar. Neste sentido, o poder público é colocado como responsável pela geração de empregos qualificação de mão-de-obra, contudo é necessária a participação das empresas privadas, possibilitando, além da oferta de emprego, podendo atuar também, juntamente com o poder público, na qualificação dos futuros funcionários.

A infra-estrutura é composta por tudo aquilo que irá dar condições básicas para habitação e apoio aos equipamentos e serviços turísticos. Existem dois tipos de infra-estrutura: a geral e a específica. A infra-estrutura geral, segundo Beni:

Consiste na rede viária e de transportes, no sistema de telecomunicações, de distribuição de energia, de água, de captação de esgotos e outros. Já a específica é aquela direcionada para atividade turística, nela se encontra os hotéis, agências de viagens, atrativos turísticos, postos de informações e outros, sem os quais nenhuma classe de consumidor disporia dos serviços públicos básicos. (BENI, p. 126).

Embora vistas separadamente, na realidade o turismo não depende somente da específica, mas também da geral, por exemplo, as vias de acesso até aos locais turísticos.

Para uma melhor compreensão, pode-se dividir a infra-estrutura turística em duas partes: A primeira é a infra-estrutura de acesso, composta por estradas, aeroportos e portos, e a básica urbana – ruas, guias, água, esgoto, luz, asfalto, limpeza pública. A segunda parte são os equipamentos e os serviços, divididos em turísticos e de apoio.

Os equipamentos turísticos são as instalações básicas para que o turismo possa existir, ou, segundo Angeli (1996, p. 52):

Equipamentos turísticos são aquelas instalações básicas para o turismo sem as quais ele não existe e que são construídas quase que exclusivamente por causa dele. Hotéis, alojamentos extra-hoteleiros, transportadoras marítimas, aéreas ou terrestres, agências de viagens e de transportes.

Os serviços turísticos são aqueles formados por guias de turismo, hospedagem (recepção, lavanderia, serviço de quarto, alimentação, entre outros serviços que hotéis ou qualquer outro meio de hospedagem pode oferecer aos hóspedes), transporte, recreação, postos de informações turísticas.

Os serviços turísticos são aqueles serviços que justificam a existência quase exclusivamente em virtude do turismo. Podem requerer um equipamento ou serem oferecidos por autônomos. Guias, hospedagem, transporte, recreação (nos últimos anos os hotéis têm dado muita importância a este serviço, fundamentalmente para as crianças). (ANGELI, 1996, p. 52)

Os equipamentos de apoio são as instalações que atendem as necessidades tanto da comunidade como as do turismo, que segundo Angeli (1996, p. 52) seriam: postos de gasolina, rede gastronômica, rede de diversões, hospitais, farmácias, bancos, casas de câmbio, lojas de *souvenirs* e de outros objetos tais como roupas de banho, no caso de praia, roupas e equipamentos de esquis, entre outros. Essas lojas dependem do local onde comunidade e turismo estão instalados.

Os serviços de apoio, assim como os equipamentos deste caráter, atendem não somente aos residentes, mas também são utilizados pelos turistas, que de acordo com Angeli (1996, 52) envolvem: alimentação, assistência médica, serviços mecânicos e de socorro, emissão e recepção de documentos (correios), bombeiros e comunicação.

Dessa maneira, pode-se perceber que sem infra-estrutura não é possível o desenvolvimento do turismo. O problema é que a construção e/ou manutenção de uma infra-estrutura não é tarefa fácil, pois os investimentos para tal serviço possuem um alto custo, o que muitas vezes prejudica o desenvolvimento do turismo.

A partir do momento em que o turismo começa a crescer em um determinado local cada vez mais faz-se necessária a manutenção ou melhorias da infra-estrutura e do aumento de pessoal qualificado no setor turístico, prevendo um aumento no fluxo de turistas. Este é um fator positivo, pois influencia no crescimento da economia local, gerando maior renda e mercado de trabalho para seus residentes. Sendo assim, tem-se mais uma vez dita a importância da parceria

público-privada tanto na viabilização da infra-estrutura como na geração de benefícios para a comunidade local. A partir disto o turismo poderá ser mais bem desenvolvido, tendo uma infra-estrutura adequada, a qual faz parte da oferta turística, e o envolvimento da comunidade local.

A oferta é constituída além da infra-estrutura – equipamentos, serviços turísticos e de apoio, acesso e básica – dos atrativos turísticos, sejam eles naturais ou culturais, que serão consumidos pela demanda.

Segundo Boullón (2002, p. 44) “oferta turística é constituída pelos serviços fornecidos pelos elementos do empreendimento turístico e por alguns bens não-turísticos, que são comercializados mediante um sistema turístico.” Ou ainda, para Beni (2000, p. 159):

Pode-se definir a oferta como o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural e social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período de tempo, um público visitante.

Considerando que a oferta é constituída por elementos turísticos e não-turísticos, os serviços e equipamentos podem ser direta ou indiretamente ligados ao turismo, por exemplo. Os serviços e equipamentos diretos são aqueles voltados somente ao turismo, como a recepção (serviço) de um hotel (equipamento). E os indiretos são aqueles que são consumidos tanto pelos turistas como pelos moradores do local, por exemplo, restaurantes, postos de abastecimento.

Existem espaços que se destacam mais que outros na oferta turística, como equipamentos construídos que exploram melhor que outros os atrativos a sua volta, como é o caso das unidades turísticas. Boullón (2000, p. 95) define unidade turística como “concentrações menores de equipamentos que produzem para explorar intensivamente um ou vários atrativos situados um junto do outro, ou, o que é mais exato, um dentro do outro”. Este é o caso de lugares como *spas*, estâncias rodeados por atrativos naturais e culturais.

Conceituado a oferta turística, parte-se para a sua comercialização no mercado, ou como diria Petrocchi (1998, p. 121), “o sistema turístico deve estruturar a oferta sempre contemplando o mercado”. Em outras palavras, a estruturação da oferta deve acompanhar as estratégias de produto/mercado, como por exemplo, as

tendências que surgem no setor turístico, ou ainda, a sazonalidade dos produtos (praia e montanha), a situação econômica do país, etc.

Quando a oferta é comercializada, ela passa a ser considerada como um produto turístico. Neste ponto, o planejamento na formatação da venda do produto utiliza-se de estratégias de marketing para atrair a demanda. Este encontro entre demanda e oferta, pode ser vista como um processo de compra e venda.

O produto turístico tem em sua composição o atrativo turístico, ou seja, o recurso natural ou cultural que atrai o turista para visitação. Sendo composto ainda pelos serviços turísticos, (empresas que prestam serviços específicos) ou de uso tanto da comunidade local como do turista: infra-estrutura básica local (vias de acesso, saneamento, ilumina o pública, etc.); e o conjunto de serviços urbanos de apoio ao turismo, como serviços bancários, de saúde, segurança pública, entre outros. (IGNARRA, 2003).

Dessa maneira, o produto turístico é considerado intangível, já que os serviços prestados por empresas especializadas no atendimento às necessidades dos viajantes é apenas oferta. Porém no momento em que são consumidos, os serviços tornam-se produtos, ou seja, assim como em outras atividades do setor terciário, no turismo, a produ o e o consumo ocorrem simultaneamente no mesmo lugar. (PETROCCHI, 2001).

A demanda segundo Braga (*apud* REJOWSKI; COSTA, 2003, p.46) “corresponde à quantidade de pessoas que viajam ou desejam viajar e que consomem ou têm disposi o de consumir bens e serviços turísticos a determinado preço e em certo período de tempo.”

Simplificando, pode-se considerar que demanda significa mercado. Portanto, tomar conhecimento da demanda torna-se importante para o planejamento turístico na região, pois a partir disto, poderão ser desenvolvidas estratégias de marketing para atraí-la. A demanda possui características diversificadas, o que justifica a relevância do seu estudo.

Neste contexto, segundo Boullón (2002, p. 40-41),

A demanda é subdividida em demanda real, a qual indica a quantidade de turistas que há em um dado momento em determinado lugar, e a soma de bens e serviços efetivamente solicitados pelos consumidores nesse local durante sua estada. E demanda potencial, é a que se poderia obter a partir de uma praça de mercado emissor não conquistada, para outra de mercado receptor.

Esta demanda potencial é na verdade uma subdivisão da demanda latente, na qual as pessoas não consomem o produto turístico por algum motivo. Para conhecer a demanda devem ser levados em consideração alguns fatores determinantes na sua atuação dentro do turismo, tais como: socioeconômicos, culturais e técnicos. O primeiro fator caracteriza-se pela população, renda, preço, urbanização e industrialização, ciclo de negócios e aumento do tempo livre. O segundo é composto por necessidades e motivos das viagens, turismo e status, níveis culturais e educacionais, conhecer e encontrar pessoas, além da promoção e propaganda. E por fim, o terceiro fator que é se constitui na atuação do estado, sistema de transportes, infra-estrutura turística e operadores turísticos (PETROCCHI, 1998).

Estes fatores influenciam também na decisão de compra, como por exemplo, o preço da viagem e o de bens e serviços, a renda (leva-se em consideração também a situação econômica em que o país se encontra num determinado momento afetando positiva ou negativamente a demanda) e gosto (motivos e preferências da demanda).

Neste sentido, os fatores farão parte da investigação da demanda. Para isto existem diferentes meios de análise, uma delas é a segmentação turística, a qual não se restringe somente a demanda, mas também pode e deve ser aplicada à oferta turística, já que uma influencia a outra no mercado. Desta maneira, uma das maneiras de segmentação é a motivação, a qual revela os desejos e necessidades que levam o consumidor a adquirir determinado produto.

1.1 MOTIVAÇÃO

A decisão do turista na escolha de qual tipo de turismo deseja realizar, para onde viajar e se hospedar, e tantas outras questões relevantes que influenciam o consumidor de turismo e viagens.

Segundo Cobra (2001, p 145-150), os fatores que influenciam o consumidor são: os culturais que estão relacionados à cultura que a pessoa traz de sua criação e sua classe social. Os fatores sociais que são influenciados por grupos de preferência – família, amigos, colegas de escola e de trabalho – além do papel que o

indivíduo representa na sociedade – *status*. Os fatores pessoais – idade, ocupação, situação econômica, estilo de vida, personalidade e auto-conceito de consumidor. E por fim, os fatores psicológicos que são divididos em quatro modalidades: motivação, percepção, aprendizado, crenças e atitudes.

A motivação sempre esteve na vida do ser humano, pois é decorrente de suas necessidades e sendo assim faz com que o indivíduo busque meios para supri-las. Um dos mais reconhecidos estudiosos da psicologia humanista, Abraham Harold Maslow representa em uma pirâmide as necessidades do homem. Ele coloca as necessidades fisiológicas e de segurança como primárias ou básicas, ou seja, são de prioridade máxima para o indivíduo, pois estão relacionadas à alimentação, repouso, saúde e segurança pessoal – acidentes, instabilidade financeira.

As próximas três necessidades são consideradas secundárias ou criadas, como também podem ser chamadas. As sociais se referem ao homem querer ser aceito por um grupo ou comunidade. A estima que significa a busca pela confiança e reconhecimento por parte da sociedade, se remete aos *status* que o indivíduo pretende alcançar. Por último, está a realização pessoal que consiste na contemplação dos objetivos.

Percebe-se que as necessidades, segundo Maslow, se relacionam entre si, ou seja, quando é satisfeita a primeira necessidade procura-se saciar a seguinte, e assim sucessivamente.

Com relação ao turismo motivado pelas necessidades descritas acima, é possível dizer que as necessidades fisiológicas são representadas pelo descanso, a prevenção de acidentes, além das necessidades que envolvem o pessoal e o social do turista. Sendo assim, baseando-se em Montejano (s/d, p. 149-151) as motivações sofrem outra divisão destacando ~~seus~~ quais são seus tipos:

1) Motivação física e psíquica: remete-se basicamente ao descanso físico e mental e a tudo que esteja relacionado à saúde. Seja por práticas de esportes, recreação, praias ou campo, relaxamento, além de espaços direcionados para o tratamento da saúde – balneários de águas medicinais, estâncias hidrominerais ou de águas termais, *spas*, enfim, alternativas para que o turista possa encontrar ~~seu~~ equilíbrio físico e psíquico.

2) Motivações culturais: caracterizam-se pelo desejo de conhecer diferentes culturas e lugares, tradições históricas, musicais, folclore, artesanato, gastronomia,

religião. Vale lembrar que este tipo de motivação sofre influência dos fatores culturais vistos anteriormente.

3) Motivações sociais e de comunicação: baseiam-se no tempo livre, tempo para fazer turismo e estreitar os relacionamentos familiares e de amizade, além de aumentar a comunicação entre estes, já que muitas vezes durante o trabalho este contato não é muito freqüente. As motivações sociais incluem o desejo de conhecer e comunicar-se com novas pessoas, diferentes costumes, ideologias e opiniões. A motivação da comunicação com familiares ou amigos é influenciada pelos fatores: idade, classe social e sociedade em que está inserido.

4) Motivações de mudança de atividade e de lugar geográfico: estão relacionadas com o querer sair da rotina de trabalho e de outras atividades diárias (casa, família, filhos). E também sair do local de residência e ir para outro diferente.

5) Motivações de *status* e de prestígio: esta categoria refere-se às necessidades voltadas ao ego e ao desenvolvimento pessoal. Aqui as viagens são relacionadas com negócios, convenções e estudos. Acredita-se que o desejo de reconhecimento, atenção e apreciação além da reputação podem ser satisfeitos pelas atividades turísticas e viagens, fazendo demonstrar o prestígio e o *status* diante do meio em que vive.

6) Motivações de diversão e recreação: estas motivações muitas vezes se unem com a de descanso, ou também, uma vez que podem ser de diferentes tipos de atividades – dançar, praticar esporte, escutar música, passeios, etc., com as motivações física e psíquica, na qual os turistas visam o desenvolvimento pessoal físico e psíquico por meio de atividades recreativas em espaços naturais.

7) Motivações de segurança: está relacionada com o sentir-se seguro no lugar de destino no que diz respeito à segurança física contra qualquer tipo de agressão, como acidentes, assaltos, etc., e também a segurança voltada à saúde durante a viagem.

Segundo Barreto (2003, p.64) “as motivações são as causas subjetivas que vão fazer com que o turista decida sua viagem”. Assim como foram esclarecidas nas sete categóricas sobre motivações.

Com relação ao marketing do turismo as motivações são bastante pertinentes, já que através delas é possível identificar como e para qual tipo de público alvo determinado produto turístico poderá ser vendido. Este assunto remete ao que foi discutido anteriormente com relação à demanda e oferta, inclusive as

motivações são um dos quesitos estudados sobre elas. Bem como também se discutem as motivações em segmentação do mercado, no caso, segmentação do mercado turístico.

1.2 SEGMENTAÇÃO

Com o crescimento do mercado, especificamente de turismo, somado à diferenciação de consumidores em vários aspectos, houve a necessidade de segmentar o mercado para poder atender melhor às expectativas dos consumidores. Os compradores sejam eles reais ou potenciais, podem ser analisados por diferentes aspectos: cultura, poder de compra, localização geográfica, classe social, entre outros. Neste sentido, para segmentar o mercado são levados em consideração critérios de base tais como geográficos, demográficos, psicográfico e comportamental.

De acordo com Mota (2001), no aspecto geográfico são abordados: a divisão político-administrativo (Estado, região, país, bloco), extensão territorial (tamanho, raio de ação), concentração (urbana, suburbana, rural) e clima (frio, seco, tropical etc.). Em demográfico: idade, sexo (infantil, adolescente, terceira idade, etc./masculina, feminino, alternativo, LGBT), estado civil, tamanho e ciclo familiar (solteiro, casado com um filho menor, casados com filhos adultos, separado etc.), educação, ocupação e renda (grau de instrução/profissional liberal, funcionário público, empresário, aposentado, estudante, operário etc.), raça, religião e nação (branca, negra, oriental/católica, protestante, judaica etc. sul-americana, britânica, sueca etc.). O psicográfico: classe social (classe baixa, média, alta), estilo de vida (metódico, sociável, ambiciosa), relacionamento interpessoal (individualista, extrovertido, gregário). Por último, comportamental: ocasiões (viagens em datas especiais – aniversários, eventos, carnavais, férias escolares etc.), benefícios, motivação (qualidade, economia, proximidade, lazer, aventura, cultura, negócios), condições de consumo (primeira vez, turista potencial, turista habitual, ex-usuário), taxa de uso, fidelidade (pequena, média alta periodicidade de realização de viagens – semanal, mensal, semestral, anual etc.) e atitude, aptidão (entusiástica, indiferente, hostil, inconsciente, consciente e informado).

Dessa maneira é mostrada a importância da segmentação do mercado, a qual ajudará no momento em que um produto ou serviço for ofertado, ou seja, há maior possibilidade de direcionar o produto a um mercado específico procurando satisfazer as necessidades dos consumidores. Para exemplificar esta situação, pode-se citar um hotel voltado exclusivamente para receber clientes motivados por negócios.

Diante disso, o que deve ser destacado é a diferenciação de produtos e serviços turísticos, já que existem diferentes públicos alvo. Utilizando o mesmo exemplo, o hotel que recebe clientes de negócios e de repente também recebe famílias que saem em férias, talvez não seja muito adequado. O tratamento e os serviços para cada cliente serão diferentes, então seria melhor direcionar a apenas um público alvo. Mais uma vez a segmentação se mostra importante no mercado, inclusive, ela facilita a divulgação da oferta turística se tornando assim, uma estratégia de marketing. Quando se conhece a demanda há um direcionamento melhor da oferta.

Um dos meios, considerado o principal, de segmentar o mercado é através do motivo da viagem. Para Beni (1998, p.149):

O motivo da viagem, entretanto, é o principal meio disponível para se segmentar o mercado. Os maiores segmentos desse mercado por afluência de turistas, são: turismo de descanso ou férias; de negócios e compras; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; científico; gastronômico; estudantil; de congressos; convenções; encontros e similares; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico.

Esse tipo de segmentação apresenta uma possibilidade maior com relação à especificação da demanda e também a facilidade de agregar preços para o consumo dos segmentos citados. Ignarra (*apud* Mota, 2001, p. 67-68) definiu, especificamente para o turismo, vários critérios capazes de segmentar o mercado, como mostra o Quadro 1:

(continua)

Critérios de Segmentação	Segmentos
Idade	Turismo infantil, juvenil, meia idade, terceira idade
Nível de renda	Turismo popular, de classe média, de luxo

(conclusão)

Meio de transporte	Turismo aéreo, rodoviário, ferroviário, marítimo, fluvial/ lacustre
Duração da permanência	Turismo de curta, média e longa duração
Distância do mercado consumidor	Turismo local, regional, nacional, continental, internacional
Tipo de grupo	Turismo individual, de casais, de famílias, de grupos
Sentido do fluxo turístico	Turismo emissivo, receptivo
Condição geográfica da destinação turística	Turismo de praia, de montanha, de campo, de neve
Aspecto cultural	Turismo étnico, religioso, histórico
Grau de urbanização da destinação turística	Turismo de grandes metrópoles, de pequenas cidades, rural, de áreas naturais
Motivação	Turismo de negócios, de eventos, de lazer, de saúde, educacional, de aventuras, esportivo, de pesca

QUADRO 1 – Segmentação

Fonte: Mota, 2001, p. 68

O processo de segmentação é baseado em dois tipos: *a priori* e nas respostas do consumidor. A primeira envolve a categoria demográfica e geográfica, e a segunda “pode ser baseada nas respostas que o consumidor dá em relação aos atributos físicos do produto ou aos hábitos comportamentais dos consumidores, baseados sobretudo em seu estilo de vida”. (COBRA, 2001, p. 161).

A segmentação traz vários benefícios para a oferta turística, com ela é possível criar uma homogeneidade de grupos, permite conhecer detalhadamente as características, necessidades e desejos da demanda, facilita e melhora o custo-benefício do investimento em marketing, aumenta as expectativas e as chances de satisfazer o turista, e também faz com os problemas como a sazonalidade sejam diminuídos. Por tanto, segmentar o mercado turístico é importante para que com a grande concorrência, surjam novas possibilidades e diferenciais para melhorar o direcionamento de produtos e serviços à demanda.

Enfim, considerando as motivações como um meio de segmentação, tem-se o Turismo de Saúde, que, pode se dar de forma voluntária, na qual o turista se desloca por vontade própria na busca por descanso tanto mental como físico. Ou ainda, de forma involuntária, quando o indivíduo se dirige a um espaço na busca de tratamento de uma determinada doença, ou seja, ele se desloca por necessidade e não somente por lazer.

CAPÍTULO 2 TURISMO DE SAÚDE

Ao falar sobre a história do turismo foi visto que não é de hoje que a saúde é considerada como um dos motivos para o deslocamento de pessoas. Na realidade o turismo de saúde de uma maneira geral tem seu início com o uso terapêutico das águas, que por sinal vem desde a antiguidade: “o homem pré-histórico notou que lavadas, as feridas saravam mais rápido, ou que poderia diminuir suas dores se imergisse a região afetada” (SILVA; BARREIRA, 1994, p. 13). Posteriormente, os gregos e os romanos foram os que mais desenvolveram o uso terapêutico das águas.

Os gregos foram os primeiros a utilizarem as práticas hidroterápicas enquanto ciência, acompanhadas de massagens e dietas especiais. Além disso, eles também utilizavam associadas ao uso das águas, a música para perturbações nervosas, os sonhos para descobrir a origem das doenças e a hipnose para fins terapêuticos. (SILVA; BARREIRA, 1994).

Os romanos, no início do império, têm destaque com os banhos termais, fazendo com que houvesse várias *Thermas* espalhadas pelo seu território. Estas *Thermas* possuíam, segundo Silva e Barreira (1994, p.14), dois objetivos:

O primeiro era de caráter curativo e revigorante das tropas e atendia também à população das localidades onde as termas eram construídas; o segundo era do aspecto social, propiciando às famílias ricas um conjunto de facilidades destinadas, sobretudo ao repouso e ao divertimento. Essas famílias iam em caravanas até às localidades recém-conquistadas, onde as *Thermas* iam sendo consolidadas, desenvolvendo assim uma atividade turística.

Da mesma maneira como os romanos influenciaram com sua cultura e seus costumes os povos conquistados, como a grande parte da Europa e norte da África, eles também deixaram para aqueles as práticas termais. A Espanha é um exemplo dessa influência. Quando os romanos dominaram este país, construíram nele vários balneários.

La dominación romana (siglos I a III) trajo consigo su cultura del agua. En muchos de los manantiales de aguas mineromedicinales fueron construidos centros de cura y han surgido numerosos balnearios en España, son los

casos de Itálica, Archena, Baños de Alcange, Caldas de Malavella, Alhama de Granada, Lugo, etc. (MELGOSA ARCOS, 2000; ROSA; MOSSO, 2004 apud BOFANDA et al., 2008, p. 421).¹

Por volta de 300 anos d.C. Roma tinha em torno de mil termas, sendo que daí originou-se a expressão Termalismo, que significa o uso das termas. Muitas dessas termas são famosas até hoje, como as de Aix-em-Provence e Cichy (na França), Baden-Baden (na Alemanha), Aix-la-Chapelle (onde Carlos Magno fixou a sede de seu governo) e muitas outras. (SILVA; BARREIRA, 1994)

Contudo, quando houve a queda do Império Romano e a vinda de um novo período da história, a Idade Média, o uso dos banhos praticamente desapareceu. Nesse novo tempo ocorreram muitas pragas e epidemias o que reforçou o abandono do uso dos banhos públicos.

Porém, de acordo com Silva e Barreira (1994) nos séculos XVII e XVIII, na França, as fontes e os banhos aos poucos foram redescobertos pelos reis que se dirigiam às águas com suas comitivas. Mas, foi no século XIX, em que o Termalismo obteve seu apogeu, houve um crescimento das grandes estâncias hidrominerais, principalmente na Europa, onde se teve a invenção das estradas de ferro, facilitando o acesso às estações de águas.

A partir da Segunda Guerra Mundial, o termalismo sofre novamente uma decadência. Causada pelo crescimento da indústria farmacêutica que trouxe medicamentos de efeito rápido e potente, os recursos naturais oferecidos pelo termalismo foram cada vez mais deixados de lado.

De acordo com Silva e Barreira (1994), no Brasil, em 1722 os índios da região goiana já utilizavam as águas para curas. O início real do uso das águas minerais foi nesse mesmo período, porém, causado pela presença dos bandeirantes que estavam ocupando o interior brasileiro. Foram estes desbravadores que descobriram e registraram várias fontes de águas quentes. Em 1777, com a descoberta de mais fontes termais em Goiás, iniciou-se a formação dos primeiros núcleos habitacionais, nos quais faziam parte os garimpeiros e enfermos, atraídos pelas águas termais.

¹ A dominação romana (séculos I ao III) trouxe consigo sua cultura da água. Em muitos das fontes mineromedicinais foram construídos centros de cura e surgiram numerosos balneários na Espanha, são os casos de Itálica, Archena, Banhos de Alcange, Caldas de Malavella, Alhama de Granada, Lugo, etc. (MELGOSA ARCOS, 2000; ROSA; MOSSO, 2004 apud BOFANDA et. al. 2008, p. 421, tradução nossa)

Também de acordo com as mesmas autoras, em 1813, foi descoberta a primeira estância hidromineral brasileira em Santa Catarina. Esta estância é muito conhecida hoje por ter hospedado, em 1845, o Imperador D. Pedro II e a Imperatriz D. Thereza Christina, e esses fizeram uma doação para construção de uma casa para hospedagem de enfermos, denominada Caldas da Imperatriz, situada no município de Santo Amaro da Imperatriz.

O grande desenvolvimento do termalismo ocorreu em 1860 nas estâncias sul-mineiras, quando recebeu a Princesa Isabel para tratamento de saúde, em Caxambu. Até 1945, muitas outras estâncias foram descobertas nos estados de Minas Gerais e São Paulo, sendo consideradas do mesmo nível que as situadas na Europa. Após essa data, também pelo motivo do avanço da farmacoterapia, os estudos e o desenvolvimento da atividade decaíram devido à falta de estímulo e o apoio para estudos e pesquisas que pudessem manter ativa a utilização das termas para tratamentos. (SILVA; BARREIRA, 1994).

Atualmente a preocupação do ser humano com a saúde está cada vez mais em evidência, o que resulta na necessidade de escapar do cotidiano conturbado da vida moderna. Dessa maneira acontece a busca por espaços, como por exemplo, estâncias hidrominerais, onde se tenha a oportunidade de entrar em contato com a natureza, para reposição das energias, boa forma física e mental, e também encontrar tratamentos naturais para a cura de doenças, como as respiratórias.

O Termalismo é considerado uma ciência que pertence a Medicina Física², e sendo uma ciência, significa que está em constante evolução. No decorrer dos tempos, com as mudanças políticas, econômicas e sociais, além da industrialização e aos avanços tecnológicos, o termalismo precisou se ajustar a estas mudanças. Sendo assim, outras atividades foram agregadas, tais como as fisioterápicas, turísticas, médicas, empresariais, públicas e administrativas. Com essas mudanças se originou o Turismo de Saúde. De acordo com o Ministério do Turismo, “os termos Turismo Hidrotermal, Turismo Hidromineral, Turismo Hidroterápico, Turismo Termal, Termalismo, Turismo de Bem-estar, Turismo de Águas e vários outros podem ser

² A Fisiatria, ou Medicina Física e Reabilitação, é uma especialidade médica dedicada à prevenção, ao diagnóstico e ao tratamento não-cirúrgico de distúrbios associados à deficiência física. A Fisiatria é a especialidade médica da Qualidade de Vida por excelência, pois o seu objetivo é restaurar a funcionalidade do paciente em todas as esferas da vida, inclusive nas dimensões médica, social, emocional e do trabalho. Disponível em: <http://www.fisiatria.org.br>. Acesso em: 09/08/2009.

compreendidos como Turismo de Saúde” (CADERNOS MANUAIS DE SEGMENTAÇÃO, MARCOS CONCEITUAIS, s/d, p.54).

Antes de conceituarmos o que é turismo de saúde, primeiramente é interessante uma breve abordagem sobre saúde. Segundo Sampaio (2000, p. 15):

Saúde é um estado caracterizado pelo bom e normal desenvolvimento físico e psíquico do indivíduo, além de um perfeito equilíbrio funcional dos seus órgãos e sistemas. A Organização Mundial da Saúde (OMS) inclui entre os fatores de saúde a situação do indivíduo no contexto social em que vive.

Embora entendido na definição que saúde é bem-estar físico, mental e social, ela é ainda mais abrangente, como dito na Carta de Ottawa³ que visa a Promoção da Saúde, que significa:

O processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria da sua qualidade de vida e saúde, incluindo maior participação em seu controle. Para atingir um completo bem-estar físico, mental e social, os indivíduos e grupos devem saber identificar aspirações, satisfazer necessidades e modificar favoravelmente o meio ambiente. A saúde deve ser vista como um recurso para a vida e não como objetivo de viver. (CARTA DE OTTAWA PARA A PROMOÇÃO DA SAÚDE, 1986 p. 1)

Com relação às duas citações, pode-se dizer que a saúde depende ainda do estilo de vida, pois são levados em considerações outros fatores como econômico, cultural, educacional, ambiental, indicando condições financeiras, relações sociais, nível de conhecimento, meio onde vive. São fatores que refletem na qualidade de vida, na condição de se viver de maneira mais saudável.

A procura pela cura ou prevenção da saúde acontece de diferentes maneiras sejam elas pela medicina convencional ou pela medicina alternativa. A convencional é a que faz o uso de antibióticos, anti-inflamatórios, analgésicos, antipiréticos, etc. E também se divide em diferentes especialidades para a investigação do corpo humano. Já a alternativa é voltada principalmente para a prevenção da saúde e em muitos casos o da cura também.

No decorrer deste capítulo será abordado alguns locais que utilizam-se da medicina convencional, além de aprofundar em questões como termalismo, estâncias e spas, que apresentam o uso da medicina alternativa. Porém, para este

³ CARTA DE OTTAWA PARA A PROMOÇÃO DA SAÚDE 1ª Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde Ottawa, Canadá, 17-21 Novembro de 1986

estudo de pesquisa é realizado uma melhor abordagem sobre a medicina alternativa, visto que essa é utilizada pelo objeto estudado.

As diversas formas de medicina natural proporcionam um tipo de cuidado com a saúde cada vez mais difundido, embora a maioria das pessoas pense nela como um complemento da medicina convencional. A medicina natural confere bem-estar a longo prazo, porque leva em conta o estilo de vida da pessoa e trata o seu todo – corpo, alma e espírito – e não só os sintomas e as causas da doença. (SELEÇÕES DO READER'S DIGEST, 2002, p. 8)

A medicina alternativa ou, também chamada de natural, proporciona a utilização de agentes da natureza em prol da saúde. Agentes como: Alimentação saudável, ar, luz solar, água, argila (terra curativa) e exercícios físicos. (SPETHMANN, 2003). Destes agentes, a alimentação saudável, o solar e os exercícios físicos envolvem muito a questão sobre o estilo de vida da pessoa.

Na alimentação, o consumo por alimentos com alto teor de gordura, artificializados tem aumentando, resultando no aumento de problemas de saúde. Alguns problemas que podem ser causados pelos erros alimentares são: câncer, infarto, diabete, hipertensão arterial, derrame cerebral, úlcera no estômago, doenças respiratórias, trombose e gangrena. A alimentação natural é a melhor maneira para se evitar esses e outros, como as de pele, tipos de doenças.

O ar puro é um agente que possibilita combater infecções, além do que, a qualidade do sangue que circula em nosso organismo depende, em grande medida, da oxigenação através dos pulmões. (SPETHMANN, 2003). Para tanto, tem-se a importância da prática de exercícios físicos ao ar livre, melhorando a circulação do sangue, o que evita doenças causadas pelos hábitos sedentários.

A luz solar, quando aproveitada nos horários adequados, desde o amanhecer até às 11 horas da manhã; e à tarde, das 15 horas até o pôr-do-sol, é muito benéfica. “O sol é útil na elaboração da VITAMINA D pelo nosso corpo e tem a propriedade de ativar o metabolismo e o processo de nutrição das células. Nossas energias vitais são plenamente revigoradas e as defesas orgânicas são fortalecidas”. (SPETHMANN, 2003, p. 27).

A água, como já foi visto na própria história do turismo de saúde, sendo utilizada até hoje, com a hidroterapia, a terapia de caminhar na água, ou terapia de Kneipp, a qual será ainda explicada no quarto capítulo.

A argila tem a finalidade de refrescar e descongestionar o sistema gastrointestinal, sendo que o sangue é liberado para a superfície do corpo, estabelecendo o equilíbrio térmico que resulta em saúde. A argila medicinal é retirada de solos não contaminados, em regiões não habitadas e onde não haja escoamento de água e raízes vegetais. (SPETHMANN, 2003).

Como se pode perceber é possível prevenir a saúde, até mesmo curá-la, adquirindo hábitos mais saudáveis e utilizando a natureza. Nesse sentido existem alguns espaços que promovem a saúde por meio da medicina alternativa, como é o caso do estudo na Lapinha Clínica *Spa*, em que serão abordados ainda mais elementos dessa medicina.

Tendo os espaços que promovem a medicina alternativa e os que promovem a medicina convencional, como locais em que as pessoas se deslocam em vista de conseguir benefícios para sua saúde física, mental e espiritual, resulta no Turismo de Saúde. Ou, segundo Silva e Barreira (1994, p. 20) “Turismo de Saúde é o conjunto de atividades turísticas que as pessoas realizam na procura de meios de manutenção ou de aquisição do bom funcionamento e da sanidade do seu físico e do seu psiquismo”.

De acordo com M. Bofanda; P. Bofanda; Gandara; Brea (2008), o turismo de saúde possui duas vertentes: o terapêutico, cujo motivo principal é o medicinal e não tanto o turístico, ou seja, é a busca pela saúde em estabelecimentos exclusivamente médicos, e que fazem o uso de instalações e serviços turísticos como o transporte, hospedagem, alimentação, etc. A outra vertente é a turística, a qual tem relação maior com o turismo do que com o médico, ou seja, a motivação é pela busca de saúde, porém em estabelecimentos turísticos como *spas*, balneários, centros de talassoterapia, etc. Essa segunda é a que mais se aproxima do objetivo deste trabalho acadêmico que é a de analisar o turismo de saúde nos espaços como os que foram citados.

O turismo de saúde é bastante fragmentado, dessa maneira segundo texto “Turismo de Saúde e Bem-estar”, disponível em <http://www.sanusthalassa.pt/consul/conceitosf.pdf>, nesse segmento são incluídos o turismo de bem-estar, turismo médico e o turismo estético.

O turismo de bem-estar envolve turistas que viajam com a intenção de manter seu bem-estar por meio de terapias saudáveis, relaxantes e naturais em

spas, centros de talasso e termas, em regiões que possuem paisagens e clima aprazíveis.

O turismo médico abrange operações cirúrgicas, tratamentos, nas quais inclui diversos tipos – cardíacos, renais, hepáticos, oftálmicos, odontológicos, dermatológicos, estéticos, etc. – e transplantes feitos em hospitais e em clínicas especializadas. As cirurgias e os tratamentos são realizados muitas vezes juntamente com terapias termais, de talassoterapia e/ou de *spa*, seja nos períodos pré e pós cirúrgicos.

O turismo estético envolve diversos tipos de tratamentos, propriamente cirurgias plásticas – abdominoplastia (correção do abdômen), blefaroplastia (correção das pálpebras), *botox* (implantação em diversas (implantes em diversas zonas do corpo), implante de cabelo, *liftings* (facial, mamário, sobancelhas), lipoaspiração, lipoenxertia, mastoplastia de aumento, mastoplastia de redução, mastopexia (elevação da mama), mentoplastia (plástica do queixo), rinoplastia (plastia do nariz), ritidoplastia (rejuvenescimento facial), e tantos outros tipos de cirurgias plásticas.

Com essas definições dos tipos de turismo incluídos dentro do turismo de saúde, pode-se ter uma idéia do que se tratam as duas vertentes. No caso do turismo de bem-estar, a busca é pela saúde, mas principalmente em instalações turísticas, já o médico e estético o objetivo maior é a busca da saúde em estabelecimentos médicos.

Nesse contexto, o turismo de saúde é realizado por diferentes necessidades, sejam elas cirurgias ou relaxamentos. Através dessas necessidades é possível ainda notar as diferentes maneiras de saná-las, ou seja, há o uso da medicina convencional (turismo médico e estético) e da medicina alternativa (turismo de bem-estar).

O turismo de saúde é um segmento que está em forte crescimento e é uma tendência que está se expandindo cada vez mais, o que resulta no investimento no setor. No cenário internacional o turismo de saúde tem sido reconhecido por alguns países como um dos segmentos econômicos promissores.

Si consideramos las megatendencias turísticas de la Organización Mundial del Turismo, el Turismo de salud vendría incidido principalmente por: envejecimiento de la población; fraccionamiento, dispersión y mayor frecuencia de las vacaciones; ampliación del cuadro motivacional; inclinación hacia el turismo activo. El turismo de salud se podría definir, por tanto, como

una actividad de ampliación turística, de carácter minoritario, pero com alto potencial de crecimiento en los próximos lustros. (BENIER; SECALL; GARCIA; ROJO, 2006, p. 249)⁴

O grande número de pessoas que buscam tratamentos de saúde, principalmente, de países ricos, viaja todos os anos para países diferentes. De uma maneira geral, os países mais procurados são aqueles que estão em desenvolvimento por apresentarem padrões de qualidade e atendimento igual ou superior ao país de origem daqueles que viajam.

Na busca de tratamento de saúde milhares de pessoas, principalmente de países ricos, viajam todos os anos para diferentes países, geralmente países em crescimento, e que possuem padrões de qualidade e atendimento igual ou superior ao do seu país de origem de forma programada para algum tratamento ou cirurgia. (GODOI, 2008, p.01)

A qualidade e atendimento são quesitos que contam pontos com relação à escolha do lugar, independente se dentro ou fora do país de origem, que a pessoa irá para se tratar ou simplesmente para relaxar. É aqui que entra a hospitalidade, que é importante de uma maneira geral dentro do turismo ou qualquer que seja a área da economia. Porém, quando envolve a saúde a hospitalidade deve ser levada mais ainda em consideração, já que aborda pessoas que buscam o tratamento de doenças, passando por cirurgias, reabilitação, relaxamento, enfim qualquer outro motivo direcionado a saúde.

Atualmente tem-se discutido muito sobre hotelaria hospitalar. Muitos hospitais têm investido nesse setor, fazendo com que aquela imagem de tristeza e sofrimento que o hospital passa seja amenizada. Dessa maneira, o emprego da hospitalidade é feito não somente com relação ao atendimento diferenciado e de qualidade, mas envolve o ambiente do hospital como um todo.

Hospitalidade, no entanto, é o ato ou efeito de hospedar, é a qualidade do hospedeiro, ou, ainda, bom acolhimento, liberalidade, amabilidade e afabilidade no modo de receber os outros. [...] Dentro de um hospital, a gestão hoteleira deve respeitar as regras e funções hospitalares, adaptando-se a elas. Em contrapartida, as funções hoteleiras devem ser vistas com a tradução da qualidade pela prestação de serviços e

⁴ Se considerarmos as megatendências turísticas da Organização Mundial do Turismo, o turismo de saúde teria influencia principalmente do envelhecimento da população; prestação, dispersão e maior frequência das férias; ampliação do quadro motivacional; tendência da atividade turística. O turismo de saúde poderia definir-se, portanto, como uma atividade de ampliação turística, de caráter minoritário, mas com alto potencial de crescimento nos próximos lustros. (BENIER; SECALL; GARCIA; ROJO, 2006, p. 249, tradução nossa)

atendimento e acolhimento, com base em princípios operacionais e de gestão que devem ser aceitos, entendidos, absorvidos e efetivamente exercidos por todo o corpo hospitalar. (BOEGER, 2003, p. 54-55)

Embora quando se fala em hotelaria hospitalar lembra-se mais de hospitais e clínicas, ela também pode e deve ser aplicada em outros espaços como estâncias e *spas*, afinal, além desses lugares proporcionarem lazer, eles também propiciam tratamentos para doenças. Na verdade os hospitais, bem como os hotéis, pertencem ao mesmo grupo, ou seja, o de meio de hospedagem. Neste sentido, a definição oficial brasileira de hotel, de acordo com a Resolução CNTUR nº 1.118, de 23 de outubro de 1978, art. 11, é a seguinte:

Estabelecimento comercial de hospedagem, que fornece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação eminentemente temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além dos demais serviços inerentes à atividade hoteleira. (BOEGER, 2003, p. 54)

Outro fator, considerado de maior influência, é com relação aos custos dos tratamentos, que em países em desenvolvimento são geralmente mais baixos do que nos países ricos. Isso se dá pela questão dos planos de saúde em países desenvolvidos terem custos altos, como é o caso dos Estados Unidos que é um dos principais países emissores de turistas de saúde. São vários os países procurados para tratamentos de saúde, como Tailândia, Índia, Malásia, Cingapura, México, Costa Rica, Cuba, entre outros.

São várias as justificativas para essas viagens como o alto custo da medicina em países desenvolvidos em contraste com o baixo custo em países em crescimento; padrão de excelência similar ou superior ao do próprio país de origem do turista; busca de tratamentos e/ou procedimentos não permitidos ou não aprovados no país de origem (como proibição do FDA nos Estados Unidos); domínio de técnicas diferenciadas dentre outras. No entanto, a motivação principal que justifica de forma convincente a grande maioria das viagens tem sido o fator econômico. Uma mesma cirurgia realizada nos Estados Unidos que é um dos principais países emissores de turistas de saúde, realizada por profissionais de formação similar, em hospitais luxuosos e com a mesma tecnologia de ponta pode custar até 15% do valor cobrado em países como Tailândia, Índia, Malásia, Cingapura, México, Costa Rica dentre outros países. (GODOI, 2008, p. 02)

Baseando-se no texto “Cuba: turismo de Saúde e turismo de Lazer” – disponível em: <http://www.etur.com.br/> - escrito por Benedito Facco, Cuba é o país que mais se destaca no turismo de saúde. É um lugar em que estão varias instituições de saúde e hospitais conceituados, contando com um grande número de

especialistas tanto dentro da Ilha como espalhados pelo mundo. Isso resulta na quantidade e qualidade de tratamentos que Cuba tem a oferecer.

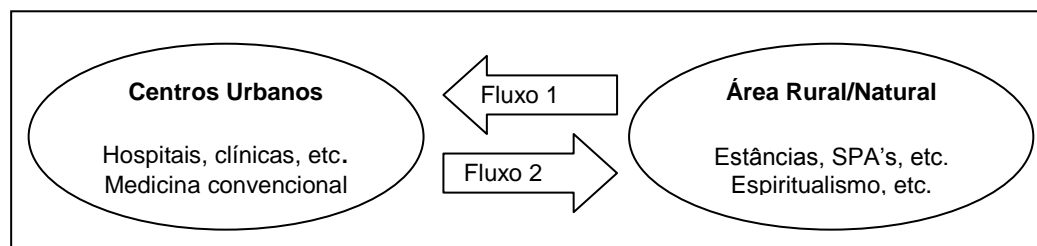
A capital cubana, por exemplo, é conhecida pelos serviços em clínica médica e transplantologia, principalmente de medula, rins, coração e coração/pulmão. É na capital que também está o maior complexo hospitalar do mundo, dedicado à cirurgia ortopédica, traumatológica, reconstrutiva e reabilitação do sistema osteomioarticular. Cuba também possui tratamentos para retinite pigmentar ou o que chamamos de “cegueira noturna”, vitiligo, psoríase, desintoxicação de álcool e drogas, oftalmologia, mal de Parkinson, tratamentos experimentais de câncer, etc.

Embora países em desenvolvimento sejam mais procurados, os países ricos também apresentam tratamentos, como na Espanha, Portugal, Alemanha e Itália que possuem tratamentos baseados no termalismo para reumatismo e doenças circulatórias; cirurgia geral, tratamento dentário, procedimentos com *laser*. Além dos Estados Unidos que possui tratamentos contra o câncer, coração e cirurgias.

Com relação ao Brasil, neste parâmetro internacional, o fenômeno ainda é recente, porém o turismo de saúde no país já vem demonstrando crescimento. O que há algum tempo atrás eram os brasileiros que saíam do país para procurar tratamentos cardiológicos e oncológicos no exterior, hoje a realidade se inverteu. O Ministério do Turismo aponta dados de 2003 que o estrangeiro que vem ao Brasil por motivos de saúde é o que permanece por mais tempo (em média 22 dias) e também é o que gasta mais (US\$ 120 por dia)⁵. No Brasil o que os estrangeiros mais procuram são as cirurgias plásticas (implante de silicone, redução ou aumento dos seios, *lifting*, nariz, barriga, pálpebras), bariátricas, oftalmológicas, ortopédicas, cardíacas e odontológicas, fertilização assistida.

Em um parâmetro nacional pode-se dizer que o turismo de saúde possui dois fluxos de demanda, conforme representado no Quadro 2:

⁵ Dados encontrados na matéria de 08/07/2008: “Brasil desponta como destino no turismo de saúde”. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/cienciaesaude/ultnot/2008/07/08/ult4477u798.jhtm>. Acesso em: 10/07/2009.



QUADRO 2 – Fluxo de demanda

Fonte: www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=13751 (2008). Acesso em: 17/07/2009

O primeiro fluxo representa as pessoas que vivem em regiões desprovidas de recursos de saúde de acordo com suas necessidades, dessa maneira elas procuram nos grandes centros seus tratamentos em hospitais, clínicas, consultórios médicos. Já no segundo fluxo, caracteriza as pessoas que fazem o caminho inverso ao primeiro, ou seja, elas saem dos grandes centros urbanos e procuram regiões afastadas destes centros, como no interior do país, na natureza, em estâncias, spas.

Dentro do país o Turismo de Saúde também é considerado recente no mercado turístico. Porém é uma atividade que está crescendo interiormente assim como na visão internacional. Para exemplificar o Turismo de Saúde no Brasil, temos Caldas Novas, município do Estado de Goiás. De acordo com Silva e Barreira (1994), Caldas Novas é considerada o maior manancial termal do mundo, e recebe turistas do mundo inteiro, porém tem Brasília como seu maior pólo emissor. A 30 metros daquele município, localiza-se o Município de Rio Quente, onde está a famosa Pousada do Rio Quente, complexo turístico hidrotermal que possui piscinas naturais, com temperatura média de 37,8°C.

Além desse exemplo, o Brasil possui ainda outros lugares que utilizam as águas termais, e em alguns utilizam também o clima favorável, de forma turística como Águas da Prata, Águas em Lindóia, Águas de São Pedro, Campos do Jordão e Serra Negra, em São Paulo; Araxá, Poços de Caldas e São Lourenço, em Minas Gerais; Caldas da Imperatriz, em Santa Catarina. A seguir serão expostas as classificações de turismo de saúde com relação a espaços localizados no interior que possuem, principalmente, recursos naturais, sendo abordados juntamente com a diversidade de tratamentos que podem ser feitos nesses locais. São espaços em que a medicina mais utilizada é a alternativa, já que alguns dos agentes da natureza têm papel principal no tratamento e cuidado com a saúde.

2.1 TERMALISMO

A palavra termalismo vem do termo *thermai*, do grego, e *thermae*, do latim, referindo-se aos banhos quentes. Termalismo está presente nas estâncias hidrominerais, climáticas, termais e litorâneas, que possuem recursos naturais que podem ser utilizados benéficamente para o organismo humano. É justamente deste princípio que se conceitua o Termalismo – o aproveitamento dos recursos naturais para produzir efeitos terapêuticos.

Além de envolver o emprego das águas minerais (Crenoterapia) para tratamentos e curas, o termalismo designa também o clima (Climatoterapia), o mar (Talassoterapia), as areias e emanações radioativas (Radioclimatoterapia) e o microclima de determinadas grutas, cavernas e geleiras subterrâneas (Espeleoterapia). A seguir serão especificados alguns dos termos citados acima.

Crenoterapia: derivada do grego, *krenos*, que significa “fonte” ou “manancial”, como já visto anteriormente, o uso das águas para fins terapêuticos já era feito em tempos remotos da história da humanidade. Segundo Oswaldo (1974 apud SILVA; BARREIRA, 1994, p. 26) “a Crenoterapia é a mais desenvolvida área do Termalismo, é o tratamento de doenças com o aproveitamento das propriedades químicas e físico-químicas das águas minerais naturais”.

Quando ingeridas, as águas minerais mostram seus efeitos medicinais característicos de acordo com sua composição química. As águas minerais podem ser classificadas em alcalinas, sulfurosas, cloretadas, radioativas, carbogasosas, ferruginosas, etc.

Essas águas são utilizadas também para banhos, duchas, massagens, etc. São empregadas dessa maneira em balneários crenoterápicos, onde são realizados vários trabalhos técnicos para captar a água, além da escolha de equipamentos adequados, treinamento e capacitação de profissionais para que o funcionamento desses balneários seja feito de maneira correta.

Embora a água seja a base da terapia, a mesma deve estar relacionada com sua constituição, temperatura e tempo de exposição ao banho, vários outros fatores também são importantes e devem ser levados em consideração no tratamento como: clima, repouso, regime alimentar e acompanhamento médico.

Vale colocar que mesmo que as águas minerais tenham poderes medicinais, o tratamento crenoterápico não é suficiente por si só. Na realidade ele deve ser indicado com um complemento dos tratamentos convencionais.

Talassoterapia: do grego, *thalassa*, “mar”.

A talassoterapia é a utilização sinérgica e integral, para fins profiláticos e terapêuticos, da água do mar, do clima litorâneo e de outros agentes marinhos. A cura talássica aproveita, acompanhada ou não de banhos, o conjunto das condições ambientais da vizinhança marítima: ventilação turbulenta oxigenada e iodada, luminosidade, raios infravermelhos, radiação, ultravioleta, aerossol natural e radioatividade. Além disso, emprega banhos de areia, de algas e de lama marinha (MOURÃO, s/d, p. 611 apud SILVA; BARREIRA, 1994, p. 26).

Os egípcios, gregos e romanos já conheciam a aplicação da talassoterapia. Segundo Silva e Barreira (1994), a partir de 1750 a Europa tomou conhecimento de sua aplicação quando o cientista inglês Richard Russel defendeu através de sua tese o assunto. Dessa maneira, para aplicar na prática foram construídos hospitais marinhos na França, Inglaterra, Bélgica e Itália, sendo que na década de 80 houve um crescimento significativo com relação a outras formas de atrair turistas.

Sabe-se que a composição química do mar é considerada a mais mineralizada das águas minerais, pois possui alto teor de cloreto de sódio, baixo teor de cloreto de magnésio e sulfatos de sódio, cálcio e magnésio, sendo classificada como cloretada forte, cloretada magnesiana e sulfatada. (SILVA; BARREIRA, 1994). A partir disso tem-se a aplicação dos banhos de mar que consiste na aplicação de um agente térmico com temperatura inferior à corporal, associado a movimentos – voluntários e involuntários – e massagens, produzidos pela água do mar em movimentos provocados pelas ondas.

Ainda dentro da talassoterapia há outros banhos como: de areia que se consiste em cobrir o corpo com areia da praia, suficientemente aquecida pelo sol, seca, e de granulação fina. De algas, vegetais marinhos e que possuem alto poder de armazenagem de minerais que absorvem da água, acredita-se que elas são responsáveis pelos poderes cicatrizantes e bactericidas da água do mar. E, por fim, de lama marinha, constituída de sedimentos litorâneos, formando a argila – mistura de areia e substâncias insolúveis na água, que age realizado trocas de ativadores iônicos durante o banho. Deve-se tomar cuidado quanto ao seu uso, pois há risco de

contaminação com germes patogênicos, que é evitado muitas vezes pela produção artificial da lama.

Climatoterapia: significa “o aproveitamento dos fenômenos climáticos de certas localidades na melhoria das condições de saúde dos indivíduos” (OSWALDO, 1974, p. 59 apud SILVA; BARREIRA, 1994, p. 28).

Esta terapia é muito utilizada principalmente por pessoas que vivem em grandes cidades onde o índice de poluição é alto e prejudicial à saúde. Sendo assim, dirigem-se aos locais com clima agradável e podendo ainda aproveitar os atrativos turísticos da localidade. É uma opção para quem tem algum tipo de problema respiratório, ou outro tipo de doença.

Dentre os tipos de climas estão: o marítimo, indicado para infecções de vias aéreas superiores, hipertensão arterial sistêmica, insuficiência cardíaca crônica, e contra-indicado para tuberculose pulmonar. O de praia, recomendado para o tratamento de bronquite, problemas circulatórios, doenças metabólicas e reumatismo crônico. O de planície, indicado de maneira geral para as patologias do sistema nervoso central, insuficiência cardíaca, hipertensão arterial sistêmica, bronquites crônicas, hipertireoidismo e artrite. E tem ainda, o de montanha, recomendado para o tratamento de asma alérgica, alergias, arteriosclerose, doenças do sangue, metabólicas e psoríase.

O clima sofre influência de vários fenômenos, tais como vento, umidade, temperatura, etc. Dessa maneira, a utilização do clima é benéfico se utilizado de maneira correta, pois caso contrário, o que poderia ser bom pode se tornar prejudicial a saúde. Temperaturas extremamente altas, por exemplo, provocam a incidência de choques térmicos, exaustão, câibras, e já as temperaturas extremamente baixas podem agravar o reumatismo e a sinusite.

Vale esclarecer que o clima não é por si só um agente terapêutico que pode substituir cuidados médicos. Ele é na realidade mais um complemento no tratamento médico instituído.

Espeleoterapia: é o “aproveitamento do ar carregado de cálcio existente nas grutas calcárias para tratamento de asma” (OSWALDO, 1974, p. 59 apud SILVA; BARREIRA, 1994, p. 30).

Este tratamento é utilizado na Polônia, Hungria e Itália, porém é considerada uma forma recente de aproveitamento dos recursos naturais. Os estudos sobre o ar

das grutas e seus efeitos terapêuticos são realizados no Exterior. No Brasil não há relato sobre seu emprego.

2.2 ESTÂNCIAS

Segundo a definição do Instituto de Pesquisas Tecnológicas – IPT/SP (s/d apud SILVA; BARREIRA, 1994, p. 33):

Estância é o município que contém fontes naturais de água dotadas de altas qualidades terapêuticas, e em quantidades suficientes para atenderem os fins a que se destinam... Compreende o território em que estão localizadas as fontes respectivas, as instalações e obras destinadas ao aproveitamento das águas e área circunjacente necessária aos objetivos sanitários e turísticos a que se destina a estância.

De acordo com Silvia e Barreira (1994), as estâncias brasileiras são classificadas de acordo com sua finalidade e característica:

Hidrominerais: apresentam água mineral de qualidade comprovada e possuem infra-estrutura para o seu aproveitamento, como balneários, fontes, etc.

Balneárias: cidades, independentes de suas proporções, com praias banhadas pelo oceano.

Climáticas: localidades cujo clima apresenta condições ideais de temperatura, umidade e insolação.

Segundo Silvia e Barreira (1994), o objetivo principal da estância, independente se sua classificação é o fator saúde, já que cada uma delas apresentam recursos naturais com fins terapêuticos.

As estâncias estão incluídas no mercado do turismo nacional, já que possuem acessos rodoviários, infra-estrutura hoteleira, hospitais, postos de serviços, atrações turísticas, eventos variados beleza natural e hospitalidade. A partir disso, as estâncias podem proporcionar o descanso, o bem-estar psicológico e físico, a fuga do cotidiano tão conturbado da cidade grande, a cura, o reequilíbrio do homem consigo mesmo. (SILVA; BARREIRA, 1994). A realização de tudo isso sendo feita através do contato com a natureza, o clima, enfim com um ambiente completamente diferente daquele das grandes cidades.

Para que seja desenvolvida a atividade turística nas estâncias, bem como em qualquer outro espaço, deve-se haver um planejamento turístico para que o turismo de saúde seja implantado de forma correta. Assim, como é colocado por Silva e Barreira com relação ao planejamento nas estâncias hidrominerais:

É necessário, para tanto, um planejamento de maneira que o turismo desorganizado não desvirtue o conceito de estância. A exploração desenfreada, visando retornos imediatos dos investimentos no setor, deve ser contida. Preservar natureza nos núcleos turísticos das estâncias deve ser enfatizado pelas autoridades públicas, através de policiamento contra a poluição das águas, manutenção do equilíbrio biológico e condições paisagísticas, manutenção e desenvolvimento de parques e áreas verdes, educação da população para o recebimento de turistas e vigilância do patrimônio em questão. (SILVA; BARREIRA, 1994, p. 34)

Dessa maneira, é de responsabilidade das autoridades locais fazer com que a atividade turística seja planejada, para que os recursos naturais não sejam prejudicados, além também de preocupar-se em oferecer uma infra-estrutura turística adequada.

Porém, infelizmente certos lugares, principalmente como alguns balneários, perderam as características que objetivam a saúde. Atualmente, são mais explorados pelos turistas que se deslocam para lazer e divertimento. Com aumento desses turistas, também houve aumento da poluição nas cidades balneárias, como por exemplo, na areia e na água do mar.

Esse é por muitas vezes o motivo que leva a comunidade local não querer que se desenvolva o turismo em sua cidade, pelo receio de que a atividade turística seja prejudicial. Portanto, para que essa imagem seja desfeita, o planejamento é primordial para mostrar que o turismo é capaz de melhorar determinado local, proporcionando a preservação, no caso, dos recursos naturais, e trazer benéficos para a comunidade, como a geração de empregos.

Retomando às estâncias, nelas são realizados diversos tipos de tratamentos terapêuticos, dentre eles vários tipos de banhos que compreende na imersão do corpo seja em meio líquido, sólido ou gasoso, tendo a finalidade terapêutica ou higiênica. Alguns exemplos de banhos são de turbilhão – para aliviar a dor e o espasmo muscular; carbonoso – é hipotensor, tônico cardíaco e calmante; espuma – de ação estética, através da limpeza da pele e da desobstrução dos poros; radioativo – estimulante da atividade celular geral, sedação do sistema nervoso

central, estimulante das glândulas endócrinas, ação regeneradora, cicatrizante e hipotensiva; entre outros.

Outro tipo de tratamento é através de duchas de águas que quando usada sobre a superfície do corpo tem efeito estimulante. Quando frias, de acordo com Silva e Barreira (1994), com duração de 10 a 30 segundos, são tônicas e sedativas, e se forem quentes, são excitantes, mas se a duração for de longo tempo, torna-se sedativa.

Existe também um tratamento chamado eletroterapia, usado principalmente na Fisioterapia. Esta terapia é caracterizada pela utilização da eletricidade com finalidades terapêuticas. Nela estão presentes os tratamentos com raios ultravioletas, infravermelho, ondas curtas (aplicação de calor através de fontes artificiais) e inaloterapia (inspiração de vapor com finalidades terapêuticas). A massagem também é muito utilizada nas estâncias, como a Massoterapia que age diretamente sobre a pele e interfere indiretamente no organismo.

Estes são apenas alguns dos diversos tipos de tratamentos que são oferecidos nas estâncias, sendo utilizadas através de suas propriedades químicas e físicas naturais beneficiando àqueles que buscam por tratamentos diferenciados e eficazes.

2.3 SPAS

A origem do termo “spa” vem da expressão latina *salute per aqua*⁶, que na forma literal significa saúde pela água. O primeiro *spa* que se tem notícia é a estância hidromineral belga *Spa Francorchamps*. Essa estância ficou muito conhecida por oferecer um sistema revolucionário de emagrecimento e tratamento de estresse.

No Brasil, de acordo com Silva e Barreira (1994), os *spas* começaram a ser implantados na década de 90, primeiramente em São Paulo e no Rio de Janeiro. A por esses espaços se difundiu rapidamente, já que a obsessão de “culto ao corpo” havia se alastrado pelo mundo.

⁶ Expressão retirada da Revista Panorama do Turismo. “Paraná oferece muitas novidades no turismo de saúde”. Setembro/2008, p. 11.

O *Spa* “é um instituto autônomo ou ligado a uma organização hoteleira com uma programação definida, seja de esportes, exercícios, lazer, fisioterapia, atividades recreativas e orientação médica, até uma dieta balanceada, que tem como um de seus propósitos remover o excesso de peso, dando ao indivíduo melhor aparência estética” (SILVA; BARREIRA, 1994, p.41).

Embora os *spas* fossem mais procurados pelos seus programas para emagrecer, atualmente além desse motivo, muitos são procurados também por oferecerem a desintoxicação e a tonificação geral do organismo. Isso se dá devido aos hábitos inadequados de alimentação que é proporcionado atualmente. Outro motivo é a procura por tratamento de estresse, principalmente causado pela rotina conturbada do modo de vida atual.

Geralmente o tempo de duração dos programas de tratamentos, é em média de uma a duas semanas ou mais depende de que tipo for o tratamento. Também pode ser de duração menor, por exemplo, de final de semana, no qual a procura pode ser pelo motivo de relaxamento.

Ao longo dos anos o setor tem apresentado forte crescimento, segundo a Associação Internacional de *Spas*. Nos Estados Unidos, o número de *spas* tem crescido 19% ao ano, com a hospedagem chegando a quase 60% entre 1998 e 2000. Cerca de noventa e cinco milhões de hospedagens são registradas anualmente em *spas* norte-americanos, gerando um faturamento de US\$ 5 bilhões, considerado mais alto do que o valor gerado em estações de esqui, que é de aproximadamente US\$ 3,1 bilhões⁷.

O mercado brasileiro de *spas* está em expansão, sendo que em 2002 estima-se que o setor obteve um faturamento de R\$ 250 milhões, 25% a mais que em 2001. O Brasil possui 47,7% (877) dos *spas* da América Latina que totalizam 1.837 estabelecimentos. Só na região Sul e Sudeste do Brasil estão 65% dos *spas*, sendo que o Estado de São Paulo concentra a maior demanda por estabelecimentos do gênero⁸.

Com relação à demanda, nos Estados Unidos a faixa etária é de mais de 60 anos, o que no Brasil a realidade é diferente, os brasileiros que frequentam os *spas*

⁷ Dados encontrados em: BENI, Mario Carlos. “Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003.

⁸ Dados encontrados em: LIGUORI, Fernanda P. “O mercado de SPAS holísticos”. De 18/02/2005. Disponível em: <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=4629>. Acesso em 21 de jul. de 2009.

são os que estão entre 25 e 55 anos. O predomínio é de mulheres, que buscam emagrecimento e cuidados estéticos corporais e faciais. Entretanto, os homens também estão aderindo aos *spas*, procurando enfrentar o sedentarismo, hábitos alimentares incorretos, a fadiga, a obesidade e o estresse.

Devido ao grande número de *spas* existe uma diversidade de modalidades para estes. Dessa maneira, os *spas* brasileiros foram classificados pela Associação Brasileira de Clínicas e *Spas* (ABC *Spas*). A Associação foi fundada em 2002 com o objetivo de classificar os estabelecimentos de acordo com suas especializações, promover palestras e debates, divulgar regras de bem viver e criar um selo de qualidade para os *spas*, visando proteger os clientes. A ABC *Spas*, segundo a Diretoria Secretária da mesma, foi uma idealização da Lapinha Clínica *Spa*. A classificação dos *spas*⁹ é a seguinte:

Spa Destino: *Spas* ou clínicas cujo empreendimento oferece serviços e tratamentos exclusivamente de *spa*/clínica, com serviço de hospedagem própria.

Spa Resort/Hotel: *Spas* localizados em *resorts* ou hotéis da hotelaria tradicional, com serviços de *spa*, *fitness* completo e três programas de bem-estar.

Spa Cruzeiro/Cruise Line Spa: *Spas* localizados em navios, cruzeiros, com serviços de *spa*, em alguns casos, com tratamentos de *spa* em parceria com os *resorts* ou hotéis de determinada rota.

Day Spa: São serviços realizados sem hospedagem, normalmente em locais muito bem localizados.

E, segundo a categoria os *spas* subdividem-se em:

Clínica Naturista: Promove a saúde por processos naturais, corpo, alma e espírito, em área de nutrição, fisioterapia, hidroterapia, fitoterapia, movimento e lazer, e novos hábitos saudáveis, com médico à disposição 24 horas/dia, em estrutura hoteleira própria e completa.

Spa Médico: Estrutura hoteleira com objetivos clínicos/médicos (internação), filosofia de clínica, com médicos à disposição 24 horas/dia, alimentação balanceada rígida e programa de atividades físicas monitoradas.

⁹ Tal classificação foi encontrada em: LIGUORI, Fernanda P. "O mercado de SPAS holísticos". De 18/02/2005. Disponível em: <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=4629>. Acesso em 21 de jul. de 2009. Também se encontra disponível em: www.abcspas.com.br

Spa Holístico: Estrutura de hotel/pousada com objetivo de meditação e afins, filosofia nas artes holísticas e tratamentos alternativos, alimentação balanceada ou não e programa de atividades físicas monitoradas.

Spa Ilha: Estrutura hoteleira montada em uma ilha, com objetivos anti-estresse e descanso, alimentação balanceada ou não e programas de atividades físicas.

Spa Esporte e Aventura: Estrutura de hotel com objetivo de anti-estresse e descanso, filosofia de saúde pela água, com alimentação livre (sem balanceamento), programa de atividades físicas monitoradas e centro estético.

Spa Nutrição e Fitness: Estrutura de hotel com objetivos de desintoxicação e reeducação alimentar, com alimentação balanceada e programa de atividades físicas monitoradas.

Spa Estético: Estrutura hoteleira ou clínica de estética em centro urbano, com filosofia de beleza do corpo (exterior), centro médico e até minicirurgias.

Spa Boutique: Estrutura hoteleira com o objetivo de exibir suas obras de arte e produtos de decoração, que fazem parte da própria decoração do hotel, com fins de revenda/lucrativos, alimentação balanceada ou não e programa de atividades físicas monitoradas.

Spa Termal: Estrutura hoteleira com objetivo de saúde, através de banhos em águas minerais do local, alimentação balanceada ou não e programa de atividades físicas monitoradas.

Spa Bem-Estar ou Wellness: Privilegiam as possibilidades preventivas, com objetivos de bem-estar, anti-estresse e descanso, através de programas terapêuticos, estéticos e opção de alimentação balanceada, programa de atividades físicas e estrutura hoteleira, inseridos junto à natureza privilegiada.

Spa Ortomolecular: Clínica em centro urbano, com filosofia no tratamento específico na área ortomolecular.

Nota-se que este tipo de mercado é promissor, já que muitas pessoas procuram lugares como os spas para melhorar e manter a saúde, seja com o objetivo de encontrar tratamentos terapêuticos naturais, reeducação alimentar ou para relaxamento. Os spas se tornam uma opção dentro dos estabelecimentos hoteleiros, principalmente pelo fato de ser um setor que não depende da sazonalidade da demanda, além de ter capacidade de atender um público de diferentes faixas etárias, desde adolescentes a idosos. Porém, é claro que se deve estar atento as

novidades, renovando e aprimorando o que é oferecido ao cliente. Com isso devem ser feitas previsões para eventos especiais, entretenimentos, competições, exposições.

Os *spas* são uma maneira de aproveitar as atrações turísticas, principalmente no espaço rural, dos locais em que se situam, bem como as belezas naturais e o ambiente propício para relaxar. Pode-se também aproveitar a infraestrutura hoteleira existente em estâncias e instalações balneárias, agregando valor a estes espaços e proporcionando mais serviços para oferecer aos clientes. Lembrando que para fazer isso tudo, deve ser feito um planejamento adequado, para que seja benéfico ao local e não para depredá-lo.

Considerando que o Turismo de Saúde é um segmento turístico que vem crescendo e tende a expandir, muitos lugares estão investindo em espaços como estâncias, *spas*, clínicas, hospitais, etc. Embora o Turismo de Saúde seja mais ressaltado em São Paulo e Rio de Janeiro, o Estado do Paraná também apresenta opções para este segmento. De acordo com a matéria “Paraná oferece muitas novidades no turismo de saúde” abordada na revista Panorama do Turismo (setembro/2008) mostra que o turismo de saúde está começando a ser investido no Estado, e que este segmento é uma opção dentro do turismo rural no Paraná quando se trata de *spas*, devido aos lugares onde estes se encontram que possuem atrativos turísticos, principalmente naturais. Além de *spas*, inclui também hotéis e *resorts* que estão apostando neste setor. Na matéria são colocadas ainda algumas das opções que o Paraná apresenta no turismo de saúde, dentre elas está a Lapinha Clínica *Spa* que é o estudo de caso deste trabalho acadêmico.

CAPÍTULO 3

LAPA E LAPINHA CLÍNICA SPA – BREVE HISTÓRICO

3.1 LAPA

A cidade da Lapa localiza-se no segundo planalto do Estado do Paraná. Originou-se do movimento das tropas que levavam as vacarias vindas do Rio Grande do Sul à feira de animais em Sorocaba (SP). Em virtude do crescente movimento, fez-se uma abertura de caminho, em 1730, que ligava Viamão (RS) a Sorocaba (SP). O caminho ficou conhecido como Estrada do Viamão. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997). Em homenagem a este movimento foi construído o Monumento do tropeiro (Figura 1), localizado na entrada da cidade da Lapa.



FIGURA 1 – Monumento do tropeiro
Fonte: O autor (2009)

No caminho das tropas, o trecho situado entre Rio Negro e Lapa tornou-se excelente local para as invernadas, necessárias e obrigatórias em virtude da topografia suavemente ondulada e da presença de magníficos campos naturais. Esse fato passou a incrementar o desenvolvimento do então incipiente lugarejo denominado Capão Alto, atual sítio urbano da Lapa. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p. 96)

Nesse contexto, outras cidades originaram-se da mesma maneira que a Lapa. Devido à longa permanência nos locais de paradas, as também chamadas de invernadas, foram sendo construídas várias fazendas e núcleos populacionais, que posteriormente transformaram-se em vilas e cidades.

Com a longa permanência dos animais nos locais de parada começaram a aparecer fazendas e núcleos populacionais, que mais tarde vieram a se transformar em vilas e cidades. É o caso das cidades paranaenses situadas ao longo do que se convencionou chamar Caminhos das Tropas. Foi aí que surgiram, durante o período tropeiro, as cidades de Sengés, Jaguariaíva, Piraí do Sul, Castro, Ponta Grossa, Palmeira, Lapa, Campo do Tenente e Rio Negro. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p. 101)

Com o crescimento acentuado, por volta de 1731, o pequeno povoado de Capão Alto foi elevado à categoria de Freguesia, cuja denominação era Santo Antônio da Lapa. O tropeirismo foi responsável pela intensificação do território paranaense, principalmente no que se refere às atividades agrícolas, madeiras, extrativas e artesanais, e à indústria do couro. Neste último, a Lapa tornou-se um centro importante.

Mais tarde vieram para Lapa, bem como para outras regiões do Paraná, os imigrantes alemães, russos, italianos, poloneses e ucranianos. Estes estrangeiros trouxeram elementos culturais que modificaram os preservados costumes até então vividos devido ao tropeirismo. Os europeus muito colaboraram com o potencial técnico-cultural que lhes pertencia.

Em meados do século XIX, a Lapa passa a receber numerosos imigrantes europeus, inicialmente em pequeno número, vindos do Rio Negro, porém procedentes de Santa Catarina. Entre os descendentes de alemães, italianos e poloneses, as três etnias que nos anos da segunda metade do século XIX se direcionaram para a Lapa, entre muitas famílias, estão os Westphalen, Suplicy, Baggio, Vidal, Cavallin, Bruzamolli, Favaro, Moscalewski, Szczypior e Sureck. Acrescenta-se ainda que imigrantes procedentes de outros países europeus e da Ásia Menor também deram importante contribuição ao estoque étnico lapaense. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p. 117)

A Lapa também foi cenário de um acontecimento que marcou a história do Brasil. Durante a Revolução Federalista em 1894, ocorreu na cidade o confronto entre as tropas republicanas, os chamados “Pica-paus” e os “Maragatos” contrários a república. O episódio ficou conhecido como o “Cercos da Lapa”.

Os lapeanos estavam sob o comando do General Ernesto Gomes Carneiro. Resistiram ao cerco por 26 dias, mas cederam diante ao maior número do exército republicano. A batalha deu ao Marechal Floriano Peixoto, chefe da república, tempo suficiente para reunir forças e deter as tropas federalistas. Ao todo foram 639 homens entre forças regulares e civis voluntários, lutando contra as forças revolucionárias formadas por três mil combatentes.

O movimento dos tropeiros, a vinda de imigrantes, fatos históricos deixaram marcas na formação étnica, econômica e sócio-cultural da cidade da Lapa. São marcas que podem ser vistas, até nos dias de hoje, em seus aspectos culturais. A exemplo disto tem-se a arquitetura das edificações presentes na cidade, e dentro destes locais podem ser encontrados peças que foram utilizadas no passado histórico da Lapa.

Atualmente as edificações fazem parte do centro histórico da Lapa o qual é tombado pelo patrimônio histórico e artístico nacional. Na sequência estão descritas as construções que fazem parte do centro histórico.¹⁰

Casa Vermelha: construção de pau-a-pique, na qual por muitos anos, os tropeiros utilizavam-na para pouso e outras atividades. Acredita-se ter sido esta uma das primeiras habitações na Lapa. Atualmente abriga o acervo do Museu do Tropeiro e o Centro de Artesanato Aloísio Magalhães.

Igreja Matriz de Santo Antônio: sua construção teve início em 1769 e concluída em 1884. A técnica usada foi a da taipa no pilão. Na sua construção houve grande participação de negros escravizados. Nela foram sepultadas pessoas importantes como os coronéis Carneiro e Cândido Dulcídio, mortos em combate durante o Cerco da Lapa. Na igreja estão também valiosas imagens, entre elas o seu santo patrono, bem como uma Nossa Senhora das Dores, ambas vindas de Portugal.

Theatro São João: parte do Patrimônio histórico da Lapa é um dos únicos teatros construídos no estilo neoclássico Italiano no Brasil. Em sua fachada e ornamentação as portas são em arcos, bem como em seu interior, de madeira, onde o palco, os camarotes são encimados e ladeados por arcos e colunas. O teatro foi visitado por Dom Pedro II em 1880.

¹⁰ As informações sobre as edificações do centro histórico da Lapa foram baseadas no livro “Lapinha: a natureza da Lapa – Lar Lapeano de Saúde”, bem como nos sites: www.lapa.pr.gov.br e www.caminhosdoparana.com.br. Acessos em: 11/09/2009.

Prefeitura Municipal: prédio do fim do século XIX, com arquitetura influenciada pelo moderno estilo europeu. Tal influencia revela-se em seu frontão. Hoje abriga a prefeitura da cidade, mas em 1890 abrigou o primeiro ginásio da Lapa.

Casa Lacerda: com estilo luso-brasileiro, foi o quartel da Segunda Brigada durante a revolução Federalista em 1894. Até hoje nela estão preservadas sua decoração original, e também se encontram na casa objetos e móveis que demonstram os costumes e os modos de vida das famílias do século XIX.

Memorial Ney Braga: prédio construído em 1880, em estilo luso-brasileiro. Em suas paredes podem ser vistas as marcas deixadas por projéteis disparados durante o Cerco da Lapa, em 1894. Nesta casa nasceu e viveu o importante político paranaense, Ney Amintas de Barros Braga. Atualmente o memorial abriga seus objetos e documentos pessoais.

Casa de Câmara e Cadeia: edifício de arquitetura luso-brasileira, inaugurada em 1868, tornou-se o símbolo da autonomia municipal do Brasil antigo. A Casa de Câmara e Cadeia hoje abriga o Museu das Armas e em sua parte superior a Câmara dos Vereadores. O museu possui um acervo de armas antigas, sendo que muitas foram usadas na Revolução Federalista, além de peças que foram utilizadas na primeira e segunda guerra mundial.

Casa da Memória: construída no século XIX, é também conhecida como Casa dos Cavalos Alados e Casa dos Cavalinhos. Atualmente abriga documentos que falam sobre a origem do município e livros da Associação Literária Lapeana que surgiu no século XIX.

Santuário São Benedito: construído em 1947, anteriormente (final do século XIX) no local havia uma capela que tinha sido erguida por escravos.

Avenida Manoel Pedro: antigo caminho feito pelas tropas que saíam de Viamão em direção a Sorocaba. Hoje a avenida é uma importante área de lazer onde a população lapeana pratica atividades esportivas e de recreação.

Museu Histórico da Lapa: em 1894 a residência abrigou o General Gomes Carneiro, herói da resistência do Cerco da Lapa. Tombada pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em 1938, tornou-se conhecida como Casa onde faleceu o General Carneiro.

Panteon dos Heroes: construído em homenagem aos heróis da Lapa e nele estão os restos mortais de grandes personalidades políticas e militares do estado como os coronéis: Amintas de Barros e Dulcideo Pereira.

Parque Estadual Monge João Maria: no interior do parque encontra-se a Gruta do Monge. O local serviu como refúgio para o monge em 1847, e a ele, João Maria d'Agostinis, são atribuídos muitos milagres. Além da gruta o local dispõe de um mirante e outras infra-estruturas.

3.2 LAR LAPEANO DE SAÚDE

Para contar a história da Lapinha Clínica Spa foi utilizado como principal referência o livro “Lapinha: a natureza da Lapa – Lar Lapeano de Saúde” produzido por João José Bigarella, Oldemar Blasi e Dieter Brepohl, que além de autores, são também personagens desta história de luta, conquistas, desafios e sucessos. Esse livro foi elaborado em comemoração aos 25 anos da Lapinha, completados em 1997.

A Lapinha Clínica Spa foi uma idealização da neta de imigrantes alemães Margarida Bornschein Langer, nascida na Colônia Dona Francisca, atual Joinville, em 30 de janeiro de 1891. Vinda de uma família de bom nível econômico Dona Margarida pode ter uma vida tranquila. Porém, aos 14 anos de idade sua vida e da sua família tomou um rumo diferente com a morte repentina de seu pai. A partir daí Dona Margarida mostrou-se uma pessoa lutadora, já que como filha mais velha assumiu a liderança na casa de sua família, a qual era formada por seis irmãos e pela mãe muito dependente.

Na posição de liderança e iniciativa consegue além de ajudar sua mãe com todos os afazeres domésticos, investir com muito sacrifício na educação de seus irmãos mais novos. Mas, com relação aos seus próprios estudos teve que limitar-se, nunca finalizando o segundo grau. Contudo, isso não era algo que a desanimasse ou a fizesse sentir-se inferior. Vista como autodidata e inquieta Dona Margarida sempre buscou superar a si mesma.

Todo o seu processo de vida foi uma autoformação, incursionando em áreas como as artes, história, literatura, além de seus dotes de trabalhos manuais e organização empresarial. Nunca se deixou dominar por um sentimento de inferioridade e estava sempre em contato com educadores, artistas, empresários, políticos, teólogos e médicos que a respeitavam por seu interesse e cultura geral. A história de Dona Margarida sempre foi de

lutas, sacrifícios e auto-superação. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p. 189)

Passado alguns anos Dona Margarida foi para Curitiba casou-se com Roberto Langer, parente não muito distante que vivia lá. Ele era artesão, pequeno empresário, também autodidata, com vida já estabelecida e vinte anos mais velho que Dona Margarida. Ao contrário dela, Roberto era introspectivo, não se envolvia com a comunicação social e atividade cultural. Ela, porém, devido ao seu perfil, facilmente se inseriu no meio cultural e social de Curitiba.

Devido às personalidades muito diferentes ocorreu a separação dolorosa do casal, que estava casado há dez anos. Desta maneira, viu-se novamente na responsabilidade pela sobrevivência e educação de seus dois filhos menores, Ilse e Egon Langer, de 5 e 4 anos respectivamente, que decidiram ficar com a mãe. O filho mais velho, Roberto Langer Júnior optou por ficar com o pai.

Com esta nova realidade Dona Margarida abre no centro de Curitiba uma loja de bordados e enxovais que posteriormente viria a ser chamada de “Casa Margarida”, que garantiu uma base econômica para sobrevivência da família e proporcionou uma boa educação aos seus filhos. A loja tornou-se conhecida em toda capital pela produção de toalhas, bordados e enxovais personalizados e muito valorizados pelas classes média e alta da cidade.

Enquanto isso, o filho mais velho juntamente com o pai dedicava-se à Serraria. A empresa de Roberto Langer, mais tarde, passou por desastres, incendiando-se por duas vezes. Após o primeiro incêndio, Roberto Langer decidiu reconstruir a empresa comprando novos equipamentos. Porém no segundo, tomou uma decisão diferente, ao invés de comprar novos equipamentos, que na maioria eram importados, como a serra-fita “Denkert”, de origem belga, resolveu ele mesmo concertá-los. Ao desmontar a máquina, retificando e, quando, necessário reproduzindo as peças, descobriu que era capaz de desenvolver e produzir equipamento semelhante.

A partir disto, Roberto Langer descobriu uma outra habilidade e sua verdadeira vocação, a de mecânico e pequeno industrial. Vários madeireiros começaram a procurar Roberto para produzir cópias de serras-fitas semelhantes às aquelas importadas. Assim, as “Serras Fitas Langer” se tornariam conhecidas em todo o meio empresarial madeireiro e com projeção nacional e latino-americana.

Com a morte precoce de Roberto Langer, a indústria fica sob os cuidados de seu filho e de seu genro Immanuel Brepohl. Na gestão destes líderes, a indústria veio se consolidar e expandir. Sendo assim, as Indústrias Langer Ltda tornaram-se marca de tecnologia do futuro, liderando por duas décadas, ao lado de sua maior concorrente, a Metalúrgica Schiffer, o mercado de equipamentos de serraria. Com o sucesso da indústria formou-se a base econômica da família e viabilizou o futuro sonho Lar Lapeano de Saúde.

Como já visto, Dona Margarida tinha verdadeira paixão pela cultura, principalmente pela arte. Contudo ela possuía outros interesses como a dimensão da fé e a saúde. O primeiro acredita-se que foi em decorrência do casamento fracassado que a levou a buscar a reavaliação com a relação ao sentido vida. Dessa maneira, Dona Margarida procura ficar mais próxima de Deus, e é esta proximidade que irá impulsioná-la no seu ser e fazer futuro. No campo da saúde, foi devido a sua própria condição física. Dona Margarida sofria de um mal crônico de colite e gastrite aguda.

Desiludida da medicina convencional no tratamento dos seus problemas gástricos, Dona Margarida vai em busca de tratamentos alternativos. Seus interesses tanto pelo campo religioso, que a levou a procurar por respostas, convivendo com teólogos, pastores e filósofos, descobrindo cada vez mais o sentido da vida, como na saúde, formaram a base para a realização do sonho de construir o futuro Lar Lapeano de Saúde.

Seu contato com as irmãs diaconisas da *Deutsche Gemeinschaft und Diakonie Verband* lhe mostrou a riqueza da vida cristã e das instituições de serviço em sanatórios, hospitais e abrigos. Foi também com esta Ordem que se formou a primeira equipe diretora do Lar Lapeano de Saúde, o que marcou a identidade do Lar em sua orientação e na busca pelo espírito de serviço que a instituição, até os dias de hoje, considera fundamental preservar.

Em resposta a sua busca pela solução de seus problemas gástricos, Dona Margarida recebeu de um amigo a revista "*Wendepunkt*", editada pela Clínica Bircher Benner, na Suíça. A proposta desta clínica era a medicina naturalista que propunha a cura e saúde preventiva que envolvesse o corpo, a alma e o espírito. O envolvimento destes três fatores dá-se o nome de correlações psicossomáticas, e desta forma procura-se restaurar a vitalidade através de um tratamento personalizado, como a mudança de hábitos e postura de vida.

Dona Margarida demonstrou muito interesse por esta alternativa para cura de doenças, então escreveu para Clínica para obter melhor conhecimento sobre o que se travava tal proposta. Como resposta ela recebeu uma dieta e proposta terapêutica, além de um convite para visitar a Clínica em Zurique. Como a dieta mostrou um resultado benéfico, Dona Margarida aceitou o convite. Ao ir para Suíça, ela se interna na Clínica e acaba se convencendo dos princípios dietéticos e da filosofia de vida de Bircher Benner.



FIGURA 2 – Clínica Bircher-Benner em Zurique, Suíça
Fonte: Livro Lapinha, a natureza da Lapa – Lar Lapeano de Saúde

Quando regressou ao Brasil, desejou que aqui houvesse um lugar igual ao que estivera, ou como ela mesma disse:

Gostaria que o povo brasileiro também tivesse acesso a esta terapia e visão de vida por meio da qual fui curada. Gostaria que esse empreendimento glorificasse a Deus e que fosse, não um meio de enriquecimento, mas de serviço ao ser humano em sua busca por cura. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p.196)

Dona Margarida começou a aplicar o que aprendeu na Clínica de Zurique, em sua própria casa, incentivando hábitos saudáveis em sua família. Os alimentos vinham de sua própria horta ou de produtor conhecido para evitar alimentos com agrotóxicos.

O desejo de construir uma clínica de saúde naturista veio mesmo antes da visita à “*Naturheil Klinik*” de Bircher Benner. Em 1950, quando Dona Margarida foi curada de seus problemas de saúde, ela entrou em contato com a Casa Matriz das irmãs diaconisas na Alemanha, para que elas obtivessem uma formação específica na Clínica de Zurique. Para que isto se realizasse, o Dr. Ralf Bircher ofereceu toda a infra-estrutura e um programa de treinamento para as irmãs. Por mais que Dona Margarida tivesse o apoio dessas religiosas em seu projeto, ela teria ainda de enfrentar inúmeros obstáculos para que seu sonho se realizasse.

Foram quase duas décadas de luta, mesmo tendo um crescente número de simpatizantes pelo projeto, havia dificuldades e resistências mesmo na família, nas limitações financeiras e até mesmo oposição da missão responsável pelas irmãs diaconisas. Porém, no início da década de 60 começaram a aparecer alguns sinais favoráveis para o avanço do projeto. Um deles foi a escolha de onde a clínica seria construída. Dessa maneira, encontrou-se à venda uma fazenda de 214 alqueires, localizada a 90 quilômetros de Curitiba e 11 quilômetros da Lapa. A propriedade pertencente à família tradicional paranaense Lacerda Suplicy, é privilegiada pelo cenário bucólico natural típico das fazendas do Sul do Brasil, no encontro do 1º com o 2º Planalto Paranaense, em meio às araucárias, campos e muita mata.



FIGURA 3 – Vista do Prédio da Piscina Cobertura
Fonte: O autor (2009)

Para a compra dos 550 hectares de terra, Dona Margarida vende imóveis. Outro ponto favorável era de que a liderança da Missão de Marburgo, ao amadurecer sua posição, decide oferecer à Dona Margarida duas irmãs diaconisas e um Hausvater (diretor espiritual) para assumir a liderança espiritual do projeto. Com planos concretos para a realização de um acordo com a direção da Missão, em 1961, Dona Margarida juntamente com sua neta mais velha segue para a Europa. Porém, ainda haveria resistências e dúvidas com relação à importância de se construir uma clínica naturista, resultando no atraso do acordo¹¹.

Apesar disto, Dona Margarida visita a Clínica Bircher Benner, fortalecendo os laços de amizade com os diretores do sanatório, os irmãos Dr. Ralph Bircher e a Dra. Kunz Bircher. Dessa maneira obteve apoio total a qualquer necessidade de implantação do projeto. Ao regressar para o Brasil, em dezembro de 1962, Dona Margarida começa a viajar semanalmente à fazenda. Em 1965, decide mudar-se permanentemente para a propriedade.

Contudo, novas dificuldades surgiram. O problema agora era com a terra que se mostrava bastante ácida e não produzia como esperado, a água do poço era insuficiente, a luz e telefone tinham uma distância de onze quilômetros e a estrada para a fazenda era de barro, o que em tempos de chuva dificultava o acesso. Além também do fato de a fazenda estar à 90 quilômetros de Curitiba e quase 500 de São Paulo, o que isolava do grande potencial de pacientes.

Embora muitos não acreditassem no desenvolvimento do projeto devido aos problemas apresentados, porém Dona Margarida não desanimara. Ela foi passo a passo superando as dificuldades e contando também com o apoio dos simpatizantes do projeto que lhe ofereciam conselho técnico e serviços voluntários.

Dentre os apoiadores, é dito que talvez quem mais a apoiou e entusiasmou foi seu genro Immanuel Brepohl, casado com sua filha Ilse. Juntos discutiam à implantação do projeto agrícola da fazenda, e tendo Immanuel como Diretor Administrativo e Financeiro da indústria familiar e Dona Margarida como cotista, era garantida a transferência de recursos para a construção da infra-estrutura do futuro Lar Lapeano de Saúde.

Para a resolução dos novos problemas, algumas medidas foram tomadas. Entrou-se em contato com os superiores da Telepar em Curitiba para que fosse

¹¹ Somente em 1968 o acordo viria a se concretizar em definitivo, permitindo também a estruturação de uma equipe de trabalho. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL,1997).

instalada uma rede telefônica que iria cruzar através dos campos, estradas e fazendas os onze quilômetros da Lapa até a fazenda. Visitou-se também o presidente da Copel, na época o Eng. Parigot de Souza, que por ofício aceitou que fosse feita a instalação da rede de energia elétrica por toda aquela extensão de terra. Para custear estes investimentos, a própria Dona Margarida teve que financiar desde cabos, postes, aparelhos e instalações.

Ela entrou em contato até mesmo com o governador do Estado, na época o Sr. Paulo Pimentel, através de uma carta com baixo assinado de habitantes da região, sendo outra dirigida à Secretaria da Educação, solicitando que se estabelecesse uma escola em instalações cedidas da fazenda. Por iniciativa do então prefeito, Dr. Sérgio Leone, Dona Margarida receberia finalmente o apoio de uma professora sustentada por recursos do município.

Dr. Sérgio Leone também a apoiou com relação à estrada, a qual cuidou da melhor forma possível. Não só isso, o prefeito decidiu encaminhar um projeto de Lei para que o Lar fosse reconhecido de utilidade pública e, conseqüentemente, isento de impostos municipais, o que seria de grande ajuda nos momentos críticos de viabilização econômica dos primeiros anos de existência do Lar.

Vieram ainda outros colaboradores, como um amigo pessoal de Dona Margarida e de seu genro Immanuel, que de forma voluntária fez a instalação da horta e do pomar, e se colocou a disposição para oferecer conselhos técnicos e ir pessoalmente à fazenda para orientar a poda das árvores frutíferas. Na administração da produção biológica e conservação da fazenda, contou-se com a colaboração do filho de um colono vizinho. Teve-se também a ajuda de um imigrante alemão, Sr. Uwe Hilspach para a estruturação da produção da fazenda.

Mesmo com tantos apoiadores, Dona Margarida também sabia manter diálogo, postura e respeito, diante de seus críticos e opositores. Algumas vezes confrontava-os, mas sempre na busca em conquistá-los para o seu projeto de vida.

Depois de enfrentar vários obstáculos, finalmente no final da década de 60 as pré-condições para a construção do Lar pareciam ter-se estabelecido. A equipe-base também já estava formada, o Sr. Uwe Hilspach e o Sr. Günther Nentwig faziam parte da equipe administrativa da fazenda, na produção biológica da horta e do pomar. A luz e o telefone já haviam sido instalados, e o convênio com a Ordem das irmãs diaconisas da Alemanha daria cobertura gerencial e séria orientação terapêutica.

A neta mais velha de Dona Margarida, Ingrid, casada com Jona Haertel, estava demonstrando grande interesse pelo desenvolvimento do Lar. O marido de sua neta estudava medicina em Londrina e demonstrava interesse em fazer especialização em medicina naturista na Clínica Bircher Benner, na Suíça. Dessa maneira, nesta clínica em Zurique, as irmãs diaconisas e o Dr. Jona viriam a estagiar nos anos subsequentes.

O próximo passo antes de iniciar o projeto de construção era o da busca pela água. Para isso, novamente obteve-se apoio voluntário de amigos e simpatizantes do projeto. Bem como o do Dr. João José Bigarella, geólogo paranaense famoso, professor da Universidade do Paraná. Este se ofereceu para investigar na fazenda o local apropriado para perfuração de um poço artesiano. Segundo Dr. Ralf Bircher, eram necessários 15.000 litros diários de água para fisioterapia, hidroterapia e infra-estrutura hoteleira, além do alojamento dos funcionários, horta e pomar. A perfuração foi realizada com sucesso e a água que jorrou foi suficiente para os primeiros dez anos de funcionamento.

Durante a elaboração e construção, teve-se a colaboração de um grande número de pessoas que traziam sugestões, análises e críticas. Assim foram ocorrendo inúmeras mudanças até chegar à elaboração de uma planta final, e ainda mesmo durante a própria construção foram feitas muitas alterações. Dessa forma, Dona Margarida sempre deixava claro que não considerava o projeto pertencente somente a ela, permitindo que o mesmo se tornasse uma experiência comunitária e dando a muitos, com isso, o sentido de pertencimento. Este espírito permanece até hoje dando aos seus hóspedes a liberdade de avaliar e sugerir idéias quanto aos rumos e decisões tomadas no Lar.

A construção do Lar foi realizada por um construtor de Rio Negro, Wilson de Souza. O madeiramento, telhado e andaimes foram todos de pinheiros tirados da própria fazenda, um dos últimos cortes que se permitiu fazer, pois os bosques naturais já haviam sido tombados por Dona Margarida, para fins de conservação e preservação do parque.

A construção foi relativamente rápida, e no dia 11 de novembro de 1972 foi o grande dia para a inauguração. Foram convidadas mais de 200 pessoas, dentre elas amigos, apoiadores do projeto. O convite também se dirigia a lideranças políticas e meios de comunicação da Lapa e de Curitiba.



FIGURA 4 – Lar Lapeano de Saúde na época da inauguração, 1972
 Fonte: Livro Lapinha, a natureza da Lapa – Lar Lapeano de Saúde

No discurso de abertura, redigido pela própria Dona Margarida e lido por um de seus netos, estaria sendo exposto a identidade, proposta e objetivos que iriam acompanhar em toda a história e futuro do Lar. Desta maneira está em um trecho do discurso:

[...] O Lar Lapeano de Saúde foi construído em gratidão a Deus. Não foi fruto de uma usual promessa, mas sim, de razão muito mais profunda. A edificação desta casa foi motivada por um retrospecto de uma vida grata a Deus pelas dezenas de anos de proteção e liderança. Ente empreendimento não visa, portanto, o enriquecimento para quem de posse, e, sim destina-se a auxiliar a devolução da saúde às pessoas, saúde do corpo, saúde de espírito.

As doenças modernas, tais como stress, enfartes, males hepáticos e gástricos, dores reumáticos e outras, serão tratadas com métodos científicos recentes e atualizados. Para tal, necessário se faz, em primeiro plano, uma alimentação sadia, alimentação esta que pressupõe uma cultura adequada. Mesmo forragem para gado leiteiro deverá ser submetida a estes princípios. No combate a pestes e insetos utilizaremos em todas as culturas, exclusivamente, produtos inofensivos, e somente em casos de força maior recorreremos a produtos de ação mais fortes.

Também não queremos exagerar com propaganda e publicidade pelos meios de comunicação. Nossa divulgação deverá ser uma consequência de nossa dedicação e entrega total aos nossos hóspedes, fazendo com que os mesmos sintam em casa e restaurem a sua saúde.

Sabemos encontrar as diaconisas, Irmã Maria Schroeder, Irmã Sphia Rohleder, uma direção que melhor não poderíamos ter desejada.

Paralelamente a sua formação profissional, em enfermagem e administração hospitalar, estas irmãs personificam o amor ao próximo que Cristo lhes ensinou." [...] (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p.212)

Inaugurado o Lar Lapeano de Saúde, já estava preparado para receber seus primeiros pacientes, homens e mulheres que esperavam há muito tempo por seus serviços. A primeira equipe da clínica era formada pelas irmãs, mencionadas no discurso, Maria Schroeder e Sophia Rohleder, chefe de cozinha Sra. Marta Jeschke e o fisioterapeuta o Sr. Pedro Deada. Um ano e meio depois juntaram-se a esses o Dr. Jona Haertel e sua esposa Ingrid, após retornarem de sua especialização na Suíça.

A cada ano que passava o Lar Lapeano se concretizava como instituição de serviço e promotora de saúde. O número de pessoas aumentava constantemente em busca de um lugar aconchegante e de bem-estar. Muitos dos frequentadores tornavam-se assíduos, tendo até mesmo com um hábito de dirigir-se ao Lar em determinado período. Era a procura pela regeneração do corpo, alma e espírito, e a fuga de uma sociedade industrial de estresse e hábitos alimentares errados. O Lar Lapeano tornou-se um espaço que proporcionava o reencontro consigo mesmo, com Deus e com o próximo. Essas características mantêm-se presentes até hoje, constituindo a essência da cultura da empresa.

Embora o Lar Lapeano estivesse evoluindo cada vez mais, passados cinco anos desde sua inauguração, ocorre uma profunda crise institucional. Em junho de 1976, morre Ingrid Brepohl Haertel, neta de Dona Margarida, vítima de uma leucemia meloide. Nos anos seguintes morrem também Immanuel Brepohl, em 1977, genro e grande apoiador de Dona Margarida, após um ataque cardíaco fulminante, e no ano seguinte, aos 87 anos de idade, a própria Dona Margarida, fragilizada após um declínio rápido de sua saúde. E, por fim, em março de 1979, morre sua própria filha Ilse.

Foram perdas que abalaram profundamente o Lar Lapeano de Saúde, deixando um vazio de liderança. Não bastando isso, o Lar ainda sofre outra crise também institucional e funcional. Desta vez era com relação à Missão de Marburgo, que em uma decisão unilateral, rompe o acordo de serviço, retirando as irmãs diaconisas que serviam o Lar. Isto devido à queda das vocações fazendo com que a Ordem tivesse maior necessidade dos serviços dessas diaconisas em suas obras em comunidades eclesiais e trabalhos missionários de campo.

Em meio a esta crise profunda, a liderança do Dr. Jona Haertel – nesse momento já Diretor Clínico do Lar – foi de extrema importância para garantir a estabilidade e direção necessárias. Outra pessoa que muito contribuiu nessa fase

difícil, foi sua nova esposa, Ruth Mende, uma suíça que conhecera em seu estagio na Europa. Nesse mesmo período, em decorrência da saída da Sra. Marta Jeschke, chefe de cozinha que estava no Lar desde o seu início, Ruth Haertel assumiu a cozinha e a governança da casa. Além destes cargos, ela se especializou em Fisioterapia, e também ela foi responsável por implantar nos anos seguintes, mais estruturado, todo o departamento de massoterapia da Clínica.

Além da crise institucional, havia a financeira e a vocacional. Na econômica, enquanto Dona Margarida, Immanuel e Ilse ainda estavam vivos, havia a garantia de recursos financeiros. Mesmo que o crescimento do número de hóspedes fosse constante, começou a acumular um déficit mês após mês, devido a pesada infraestrutura de suporte e serviço e longo período de maturação do projeto do Lar.

A vocacional era com relação ao interesse dos herdeiros pela Clínica. Os filhos de Ilse e Immanuel Brepohl, Walter e Ralf, ambos engenheiros, eram interessados na atividade industrial, sendo que já eram diretores das Indústrias Langer. Os outros dois netos de Dona Margarida, Herta e Dieter, demonstravam interesse, porém a neta optou por outras prioridades de herança. Já Dieter Brepohl, casado com Mardareth Novaes Brepohl, era atraído pela proposta e visão do Lar, porém tampouco seria aconselhado por corretores e entendidos consultados a assumir tal responsabilidade. Para eles imóveis rurais já possuíam certo valor, mas instalações como as do Lar, não se avistava um valor comercial. A pesar disto, incentivado pelos conselheiros espirituais Willy Haeuser e o Pastor Egon Busch, Dieter considerara a priorização do legado do Lar e Fazenda, dada a possibilidade de desenvolver ali um importante serviço cristão à comunidade.

Contudo, agora havia outro conflito, o de sua própria crise vocacional. Dieter era envolvido já há muitos anos em um movimento estudantil evangélico e sentia-se chamado a dedicar-se em tempo integral e essa obra cristã. Ele era ainda secretário geral da Aliança Bíblica Universitária do Brasil e vivia em São Paulo, o que dificultava a decisão de assumir a administração e responsabilidade do Lar Lapeano de Saúde. Depois de muita reflexão, decide aceitar a responsabilidade e o desafio. Sendo assim, assume diante da família o compromisso de manter a identidade e o propósito do projeto.

Naquele mesmo ano (1979), os balanços apresentaram dos primeiros equilíbrios, dando a possibilidade de pagar salários condignos e iniciar receitas que viabilizassem a consolidação e expansão do projeto. É neste período também que o

Lar se estabelece e se reafirma, entrando em um novo período de crescimento institucional.

Para assumir a liderança administrativa e orientação nutricional do Lar, Dieter e Margareth convidam um casal de amigos, Gilberto Campos e Ester Del Vale Campos. Ele, administrador de empresas a serviço de uma multinacional em São Paulo, consegue multiplicar os escassos recursos, reinvestindo-os em projetos-chaves de expansão e consolidação do Lar. Organiza também uma equipe capacitada que daria estrutura administrativa aos serviços, tanto do Lar como na horta, pomar e na Fazenda Margarida. Dona Ester assume a nutrição, dando seriedade em sua orientação na cozinha e equipe de trabalho, bem como desenvolvendo entrevistas e conferências muito apreciadas e respeitadas pelos pacientes.

Em 1985, a Clínica recebe mais profissionais para compor sua equipe, como o também amigo de Dieter e Margareth, Osmar Ludovico, pastor e empreendedor. Ainda neste mesmo período é convidado o Dr. Carlos Moraes, especialista em geriatria e cardiologia, e casado com a Dra. Rosa Moraes.

Nos anos seguintes o Lar se expande cada vez mais. Neste período é construída uma nova Fisioterapia, o número de quartos é ampliado, a construção das áreas para a piscina e a sauna, salas de vídeo e de alongamento, além de toda a infra-estrutura em caldeiras, lavanderia, telefone e energia elétrica. O Lar torna-se conhecido pela comunidade paulista, que começa a apreciar e desfrutar o lugar. O ambiente familiar, a beleza da redondeza, a qualidade do serviço e a atenção personalizada proporcionam uma relação com os clientes, que desenvolve para com o Lar sentimentos de quase propriedade. Desta maneira são eles que, em seus momentos de conversa, dão à Clínica o carinhoso apelido “Lapinha”, nome que se tornou marca e logotipo do lugar.

Os membros da Sociedade Hebraica Paulista, típicos habitantes da zona sul de São Paulo se tornam os grandes promotores do Lar Lapeano de Saúde, e é dessa mesma população que se formou mais de 50% dos pacientes. A notícia sobre o Lar se espalha rapidamente chegando a vários lugares, Com a crescente divulgação, o número de pacientes se multiplica, vindo do sul do Brasil, Rio de Janeiro e Brasília, alcançando também Uruguai, Paraguai, Bolívia e Argentina, fazendo com que a Lapinha expandisse sua clientela em mais de 5.000 hóspedes assíduos.

A Lapinha Clínica *Spa* continuou crescendo sendo em sua estrutura como cientificamente, mas mantendo até hoje a sua identidade, querendo ser mais que um *spa* ou hotel fazenda, preservando a proposta que Dona Margarida sempre empregou, a de que fosse um lugar principalmente para cuidar da saúde e que pudesse sentir a presença de Deus. Tendo assim, o respeito pelo ser humano e pela natureza.

O Lar quer ser assim, em sua identidade, mais que um *spa* ou hotel fazenda. Queremos ser um centro onde não somente se vivencie lazer, repouso e desintoxicação, mas onde se possa experimentar, avaliar e também aderir a uma renovação de valores, hábitos e perspectivas de vida. Ambiente de diálogo, troca e intercâmbio é algo essencial no avanço da proposta do Lar, onde a vivência e a interação paciente/equipe são fundamentais no processo terapêutico e pedagógico. Respeito pelo ser humano é igualmente fundamental para a convivência pedagógica, abrindo espaços para a discussão e aprendizado de opiniões e perspectivas, ainda que divergentes.

Também o respeito à natureza e a busca por formas de convivência harmônicas entre o ser humano e seu hábitat são, para a Lapinha, pilares que queremos desenvolver e viver de forma paradigmática, tanto nas dimensões da conservação e preservação de bosques como na estruturação e no desenvolvimento da agricultura biológica. (BIGARELLA; BLASI; BREPOHL, 1997, p.223)

Percebe-se a amplitude de conceito de saúde que a Lapinha tem levado desde seu início, que além da promoção do lazer, descanso e desintoxicação, é também um espaço em que as pessoas terão a oportunidade de adquirir hábitos de vida mais saudáveis, que serão levados para fora do *spa*. Sendo que, em conjunto a isto, já via-se a importância do bom relacionamento entre paciente e equipe, demonstrando o respeito pelo ser humano, e do respeito à natureza.

Isto é refletido na filosofia e proposta da empresa, que se baseiam na Medicina Naturista, tendo a saúde do ser humano vista de maneira integral, respeitando e cuidando do corpo, da alma e do espírito, sendo a harmonia entre estes três elementos importantes na conquista por hábitos de vida saudáveis. Ainda com relação à filosofia e proposta, a Lapinha tem como sua principal aliada a natureza, pois de acordo com que é dito sobre a medicina alternativa ou natural é com a força da natureza que as pessoas podem prevenir a saúde e combater as doenças.

Com sua filosofia e proposta, a Lapinha torna-se um espaço que tem como principal objetivo o de promover a saúde, e como mesmo é dito na citação a Lapinha é mais que um *spa* ou hotel-fazenda, sendo um lugar onde se aprende a como levar

uma vida mais saudável no cotidiano. Assim é demonstrando sua identidade, a qual é mantida até os dias atuais, bem como sua filosofia e proposta.

Atualmente a Lapinha Clínica *Spa* conta com 130 funcionários. É a primeira clínica e *spa* brasileira. Devido à qualidade de infra-estrutura, serviços e atendimento, a Lapinha foi considerada pela revista Viagem e Turismo, por dois anos (2007 e 2008) consecutivos, como o segundo melhor *spa* do Brasil e o melhor do Sul do País.

CAPÍTULO 4

TURISMO DE SAÚDE NA LAPINHA CLÍNICA SPA

Respaldado na teoria sobre Turismo e Turismo de Saúde vista aqui, neste capítulo será tratado do estudo de caso realizado na Lapinha Clínica *Spa*. O espaço escolhido como objeto de estudo, foi em virtude do mesmo atender aos objetivos da pesquisa, além da proximidade geográfica propiciando as visitas *in loco*.

O objetivo deste estudo é mostrar que a Lapinha Clínica *Spa* é um exemplo de turismo de saúde aplicado na prática, cujas características serão apresentadas no decorrer deste capítulo. A metodologia utilizada para este estudo foi através da pesquisa exploratória, já que este trabalho pretende abordar o espaço que o *spa* apresenta, ou seja, desde sua infra-estrutura e serviços até os funcionários. Para a realização da pesquisa, foram feitas visitas ao *spa* e obteve-se mais informações sobre o local com a responsável pelo departamento de Relacionamento e Vendas, áreas de recepção, reserva e faturamento.

De acordo com as definições de turismo de saúde e os vários tipos de turismo que pertencem a este segmento, conforme esclarecidos no segundo capítulo, a Lapinha se encaixa no que chamamos de turismo de saúde e bem-estar. Isso porque o empreendimento além de possuir diversos tipos de tratamentos para saúde, oferece também atividades de lazer e de relaxamento. A partir da classificação dos *spas* elaborada pela Associação Brasileira de Clínicas e *Spas*, a Lapinha Clínica *Spa* se encaixa no quesito Clínica Naturista.

Isto se deve ao fato de que na Lapinha propõem-se a utilização da medicina alternativa para propiciar uma maneira mais natural de promover a saúde, ou seja, há a utilização de processos naturais, trabalhando o corpo, a alma e o espírito. Para isto se aplicam a nutrição, fisioterapia, hidroterapia, fitoterapia, o movimento e lazer, e novos hábitos saudáveis, com médico à disposição 24 horas/dia, sendo que para suporte existe uma estrutura hoteleira própria e completa.

4.1 LAPINHA CLÍNICA SPA¹²



FIGURA 5 – Vista aérea da Lapinha Clínica Spa
Fonte: Essência da Lapinha – Guia do Hóspede

Construído em uma fazenda de 550 hectares, a Lapinha Clínica Spa agora está maior e modernizada. Sua infra-estrutura compõe-se por 5 quartos e 35 apartamentos; calefação; piscina coberta e aquecida; piscina de hidroterapia; sauna seca e úmida; sala de ginástica, musculação e dança; sala de entretenimento com home theater; trilhas ecológicas para caminhada; quadra de tênis; biblioteca e sala de leitura; centro médico-fisioterápico; centro de estética; quiosques de massagem ao ar livre; loja de conveniências; oficina de artes; e o centro de produção orgânica.

Com relação à hotelaria do spa, é importante diferenciar quarto de apartamento. De acordo com a Embratur:

¹² As informações contidas neste subtítulo são baseadas nas visitas realizadas ao Lapinha Clínica Spa, materiais fornecidos pelo Spa (Guia Lapinha Clínica Spa 2009 e Essência da Lapinha – Guia do Hóspede) e sites: www.lapinha.com.br e www.lapinhaorganicos.com.br.

Quarto – Unidade Habitacional (UH) constituída, no mínimo, de quarto de dormir de uso exclusivo do hóspede, como local apropriado para guarda roupas e objetos pessoais. Apartamento – Unidade Habitacional (UH) constituída, no mínimo, de quarto de dormir de uso exclusivo do hóspede, com local apropriado para guarda roupas e objetos pessoais, servida por banheiro privativo. (CASTELLI, 2006, p. 15)

Além dá área das acomodações, existe ainda as áreas da recepção, reservas governança, manutenção, cozinha, refeitório, administrativo e marketing. No *spa* contém a área de Alimentos & Bebidas, porém não como em outros estabelecimentos hoteleiros. Na realidade é um refeitório onde são feitas todas as refeições, sendo que as refeições são balanceadas e personalizadas.



FIGURA 6 – Apartamento luxo
Fonte: www.lapinha.com.br



FIGURA 7 – Sauna
Fonte: www.lapinha.com.br



FIGURA 8 – Trilha para Caminhada
Fonte: www.lapinha.com.br



FIGURA 9 – Quadra de Tênis
Fonte: www.lapinha.com.br

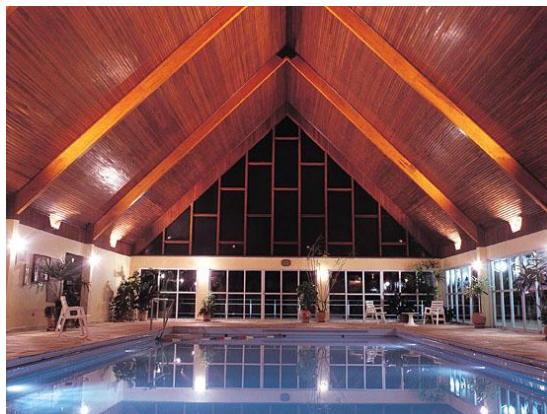


FIGURA 10 – Piscina Coberta
Fonte: www.lapinha.com.br

A figura 11 representa a infra-estrutura do da Lapinha. Esta imagem se encontra no Guia do Hóspede fornecido para os hospedes ao chegarem ao *spa*.

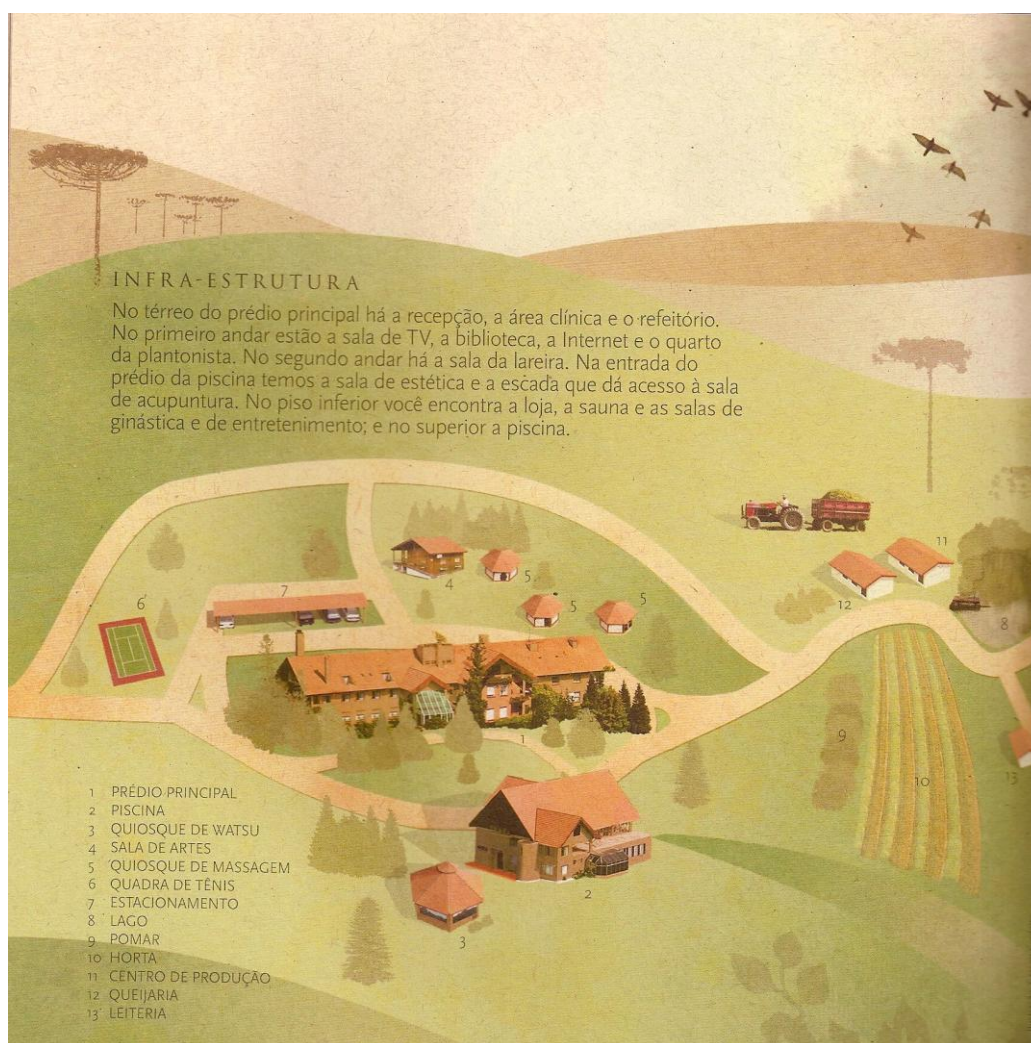


FIGURA 11 – Infra-estrutura da Lapinha Clínica Spa
Fonte: Essência da Lapinha – Guia do Hóspede

Embora já apresente uma ampla infra-estrutura, está sendo investido no aumento do *spa*. Neste ano de 2009 a Lapinha está passando por algumas modificações tanto no seu grupo de profissionais da saúde como na própria infra-estrutura. O quadro clínico está sendo ampliado com uma nova geração de médicos, nutricionistas e professores de educação física. Já na sua infra-estrutura os quartos estão sendo reformados e modernizados.

Há também a construção de uma nova obra de 900 m² que irá abrigar a nova clínica, a qual oferecerá serviços médicos e fisioterápicos, além de ter mais equipamentos, totalmente modernizados. Será transferida para este espaço toda a parte médica, fisioterápica e estética. Sendo que terá consultórios, enfermaria, sala para coleta de sangue, sala para curativos, ampliação no número de salas para massagens, uma área somente para fisioterapia, seis salas de estética, sendo três saunas secas e três úmidas, salas subaquáticas e salão de beleza. Na sala de espera haverá ainda um tanque de Kneipp (Figura 15), para que os pacientes fiquem fazendo terapia enquanto aguardam ser atendidos. A data para inauguração do novo espaço está agendada para o dia 20 de dezembro de 2009.



FIGURA 12 – Construção da nova clínica
Fonte: O autor (2009)

Dentre os serviços a Lapinha Clínica *Spa* oferece *transfer* gratuito Aeroporto Afonso Pena – Lapinha – Aeroporto aos sábados e domingos, em horários pré-determinados por meio de um número telefônico gratuito para que o cliente possa ter mais informações. Oferece também atendimento médico 24 horas, fisioterápico e nutricional; exames laboratoriais; avaliação cardiovascular; passeios ecológicos; palestras educativas; aula de culinária; salão de beleza; sala de internet e sistema wireless; lavanderia; e cofre.

Com relação ao acesso até a Lapinha, para os clientes que preferem ir com seus próprios veículos, embora sua localização seja bastante retirada da cidade da Lapa, mais precisamente na região rural do município, não há dificuldades para encontrá-la. No caminho existem placas de sinalização e a estrada de acesso em sua maior parte é asfaltada, somente quando está se aproximando da clínica, 2 quilômetros, a estrada é de terra. No site do *spa*, (www.lapinha.com.br), na seção “Prepare-se” há uma explicação de como chegar até o *spa* a partir de Curitiba, além de uma tabela com as distâncias entre as cidades a partir da Lapinha. No Anexo A está o roteiro e croqui de localização Curitiba - Lapinha.

TABELA 1 – Distâncias a partir da Lapinha

Aeroporto Curitiba	96 Km
Campo Tenente	16 Km
Curitiba	85 Km
Florianópolis	366 Km
Mafra	37 Km
Paranaguá	169 Km
Ponta Grossa	116 Km
Porto Alegre	636 Km
Foz do Iguaçu	628 Km
Joinville	196 Km
Lages	280 Km
Lapa	16 Km
Rio Negro	32 Km
São Bento do Sul	80 Km
São Mateus do Sul	116 Km
São Paulo	496 Km

Fonte: <http://www.lapinha.com.br>

Sobre o site da Lapinha Clínica *Spa*, mencionado a pouco, pode-se dizer que é bastante completo. Nele encontram-se a maioria das informações sobre o local, desde sua proposta até depoimentos de clientes que já passaram por lá.

Muitos destes, são clientes que frequentam a Lapinha já há muito tempo, e mesmo aqueles que vão pela primeira vez geralmente voltam e indicam o *spa* aos seus parentes e amigos.

Além da Lapinha Clínica *Spa* oferecer uma infra-estrutura completa, serviços, terapias e tratamentos, outro ponto considerado muito forte do *spa* é com relação ao atendimento. A Lapinha preza muito pela qualidade no atendimento aos hóspedes. Segundo a responsável do departamento de Relacionamento e Vendas o tratamento é especial e de maneira igual para todos, independente da faixa etária e da assiduidade.

Ao dizer que o tratamento é especial, diz-se que os hóspedes são acolhidos e tratados com carinho por todos os colaboradores da Lapinha, independente da função que é exercida por eles. Esta relação com os hóspedes tem o objetivo de fazer com que eles se sintam respeitados e atendidos em suas necessidades individuais.

Segundo aquele mesmo departamento a hospitalidade, qualidade dos serviços, simplicidade, convivência com a natureza, fazem parte dos diferenciais da Lapinha Clínica *Spa*. É um lugar onde quem vai, tem a pretensão de adquirir hábitos mais saudáveis, encontrar o bem-estar físico, mental e espiritual. De acordo, novamente com o departamento, todos aqueles que procuram a Lapinha é porque tem algum tipo de problema, estresse, obesidade, cardíaco, o mínimo que possa ser, o objetivo é cuidar da saúde e levar o que aprendeu para fora do *spa*, para ter uma rotina mais saudável.

Tendo a saúde como foco principal e a prioridade na harmonia corpo-alma-espírito, o Senhor Dieter Brepohl, proprietário da Lapinha Clínica *Spa* diz que:

A Lapinha tem a consciência de que se estivermos com algum tipo de desequilíbrio interno causado por pressões externas, não conseguiremos sustentar por muito tempo a boa forma física. A saúde começa a reclamar. Assim, a programação de terapias, dieta e assistência médica aliada a exercícios, tem o caráter de cura e prevenção, ou seja, não apenas se limita a tratar de problemas já existentes, mas agem também para que não ocorram problemas futuros. (BREPOHL. Disponível em: www.lapinha.com.br/imprensa)

Outros diferenciais importantes da Lapinha Clínica *Spa* são a utilização da Medicina Naturista como base para as terapias e tratamentos oferecidos, a alimentação ovo-lacto-vegetariana orgânica, as semanas especiais, a preservação

do meio ambiente, o projeto comunitário de agroecologia e o Instituto Lapinha. A Medicina Naturista e a alimentação são assuntos que serão melhores desenvolvidos mais adiante neste capítulo.

As semanas especiais fazem parte da programação anual da Lapinha. São semanas temáticas realizadas de uma a duas por mês. Na figura 13 estão dispostos os temas nas semanas:

	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T								
JAN			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
FEV							1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28				
MAR								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
ABR			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30						
MAIO				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
JUN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30								
JUL			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
AGO					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
SET		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30							
OUT				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
NOV								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
DEZ		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						

FIGURA 13 – Semanas Especiais
Fonte: Guia Lapinha Clínica Spa

Nestas semanas são realizadas diversas atividades que proporcionam ensinamentos para serem levados para o cotidiano fora do spa. Como visto na figura 13, os temas desenvolvidos abordam desde saúde, artes até família, responsabilidade social. Para exemplificar melhor o que acontece durante as semanas especiais cabe explicar alguns dos temas. Na semana da “Culinária”, são realizadas palestras com nutricionistas, abordando assuntos como alimentos orgânicos e agroecologia, e ainda é feita uma visita à horta e ao pomar, e aulas de culinária. Para a semana do “Anti-Estresse” são proporcionados encontros e dinâmicas que auxiliarão no controle do estresse, e ainda conta com terapias naturais e processos de desintoxicação e relaxamentos.

Na semana da “Fotografia” é oferecido um curso interativo de fotografia, em que são abordadas técnicas para melhor fotografar e auxiliar no entendimento das opções do menu da câmera. Não é necessário ter experiência, basta levar a câmera fotográfica e o seu manual de instruções. O curso é instruído pelo fotógrafo

profissional Maurício Dantas Bacellar¹³. Ainda, na semana da “Música” conta com shows diários de música clássica, popular e jazz, envolvendo apresentações musicais de artistas de renome nacional.

Durante a semana do “Relacionamento Familiar” é feita uma palestra sobre a Família Contemporânea e depois são realizadas discussões em grupos sobre os problemas mais comuns que as famílias enfrentam no dia a dia. A semana constitui-se ainda de exercícios práticos, simulações, vídeos e outros recursos com o objetivo de ajudar na compreensão das famílias para melhor viver com elas. Na semana da “Meditação” é um período dedicado a Palavra Divina, em que proporciona a reflexão da mesma. É um tempo para desfrutar do silêncio e ouvir o interior pessoal.

A semana do “Caminhador” é para àqueles que se propuserem a caminhar 25 quilômetros por dia, ou 100 quilômetros no decorrer da semana e ainda ter o privilégio de passar pelos belos cenários ao longo das trilhas. Com a semana Planeta Sustentável, a intenção é a da conscientização ambiental, e para isso são realizadas atividades direcionadas à preservação e sustentabilidade. É percebido que com as semanas especiais é proporcionado além da saúde, o bem-estar e o lazer.

Dando sequência aos diferenciais da Lapinha Clínica *Spa*, pode-se citar a preservação do meio ambiente, que é algo que o *spa* vem praticando há mais de quatro décadas. A prática da sustentabilidade na Lapinha é atribuída ao solo mantido sem a contaminação por agrotóxicos há mais de 40 anos, à produção de somente alimentos orgânicos, preservação da mata nativa e das nascentes, participação da recuperação da floresta araucária e de outras espécies em extinção. Neste mesmo contexto, há outras empresas hoteleiras que também tem participação ativa com relação à responsabilidade socioambiental¹⁴.

¹³ Maurício Dantas Bacellar começou sua carreira em 1976 como responsável pela fotografia na revista Visão. No ano de 1980 abriu seu estúdio - Maurício Bacellar Studio Fotográfico - e passou a produzir fotos comerciais para propaganda, catálogo e embalagens, se especializando em fotos de alimentos e fotos de embalagens em geral. Atualmente, além deste trabalho, é sócio de um laboratório fotográfico e atua como fotojornalista, Disponível em: www.lapinha.com.br. Acesso em: 17/07/2009

¹⁴ Hotel das Cataratas, Foz do Iguaçu – PR: No ano 2000, foi o primeiro Resort Ecológico da América do Sul a obter a certificação ISO 14001, como marco de seu comprometimento com a preservação do meio ambiente. A meta principal dos esforços ambientais consistiu em reduzir o uso de recursos naturais. Os quatro principais grupos de atividades envolvidas foram: coleta seletiva de lixo; conservação de recursos hídricos; conservação de energia elétrica e conservação de outros recursos naturais. Disponível em: <http://www.hoteldascataratas.com.br>. Acesso em: 21/11/2009.

O Projeto Comunitário de Agroecologia, ou Projeto Margarida, é focado na responsabilidade social, em que dezenas de famílias da região participam, visando fomentar a agricultura familiar na produção de matéria-prima orgânica. Com o projeto social, foi possível, em parceria com a comunidade local, ser inaugurada em maio de 2007 a Biblioteca Pública da Associação de Moradores e Produtores da Comunidade de Colônia Municipal, localizada nas redondezas da Lapinha Clínica *Spa*.

Na biblioteca a comunidade tem acesso a um acervo de livros infantis, juvenis e adultos, ao centro de computação com acesso à internet, brinquedoteca e à área externa de lazer e esporte. Este projeto social colabora na melhoria da educação dos moradores, dando acesso à cultura e formando técnicos agrícolas, tendo um centro de educação de mães e outras atividades necessárias para o desenvolvimento da região.

O Instituto Lapinha visa atuar nas áreas de pesquisa em saúde, educação, cultura e meio ambiente. Com projetos e ações de qualidade em parceria com empresas, fundações, ong's e governos, o Instituto colabora com a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento integral do ser humano e da sociedade.

Aqui podemos fazer um breve comentário de algo que é bastante discutido em Turismo, o envolvimento da comunidade local. Quando o turismo é cuidadosamente planejado, ordenado e gerenciado, ele pode levar benefícios substanciais às comunidades locais, como por exemplo, a geração de empregos, o cuidado com o ambiente. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO, 2003). Na Lapinha Clínica *Spa* tem isto presente tanto dentro da empresa – todos os funcionários e profissionais da saúde são residentes da cidade da Lapa – como fora.

Rede Bourbon de Hotéis & Resorts: Tem uma constante preocupação com a responsabilidade social e a ecologia. É uma Rede apoiadora das campanhas e instituições, como o Projeto Menor Aprendiz, da Guarda Mirim; Programa de Estágios Remunerados, com subsídio parcial à educação; incentivos a instituições educativas e periódicas doações financeiras a instituições de caridade. Outra importante iniciativa é o apoio que a Rede Bourbon oferece ao Projeto 'Os Pinhais' de Curitiba, em que jovens carentes recebem aulas ministradas voluntariamente por colaboradores da Rede e ao final recebem certificado de formação em hotelaria.

A Bourbon Hotéis & Resorts somou mais uma ação de conscientização ecológica com a campanha para colaboradores e clientes quanto ao uso racional dos recursos naturais como energia elétrica e água. A ação de endomarketing desenvolvida para os funcionários trabalha com a comunicação através de cartazes, mensagens informativas e adesivos de conscientização para a redução do consumo energia elétrica e água. Já para os hóspedes, o foco está apenas para a economia de água. Nos apartamentos através de adesivo e folheto que contém uma mensagem sobre o uso racional de água, os hóspedes têm a opção de participar da campanha com a escolha na frequência da lavagem das toalhas e roupas de cama. Disponível em: <http://www.bourbon.com.br>. Acesso em: 21/11/2009

Além do projeto social e do instituto a Lapinha Clínica *Spa* criou o Centro de Produção Orgânica da Lapinha. O Centro é responsável pela maioria dos alimentos consumidos na Lapinha. As refeições no *spa* são constituídas pelo Alimento Vital, o qual é cultivado biologicamente, sem adição de adubos ou pesticidas e colhido poucas horas antes das refeições. Os alimentos orgânicos além de saudáveis, nutritivos e saborosos, o seu cultivo preserva o equilíbrio ecológico e o meio ambiente.



FIGURA 14 – Produtos Orgânicos
Fonte: www.lapinhaorganicos.com.br

Retomando à Figura 13, nota-se que há diferentes cores. Essas cores são para diferenciar as tarifas dos pacotes, que podem variar de um ano para o outro. A Lapinha Clínica *Spa* oferece pacotes para cinco e sete dias. A cor amarela representa a tarifa econômica, a azul a reduzida, a cor verde a básica e a laranja a especial. As Tabelas 2 e 3 mostram as tarifas das diárias para 2009, sendo que são valores de pacotes para 7 dias (Tabela 2) e para 5 dias (Tabela 3).

TABELA 2 – Pacote 7 dias

		ESPECIAL	BÁSICA	REDUZIDA	ECONÔMICA
		p/pessoa	p/pessoa	p/pessoa	p/pessoa
Q. Suíço (sem WC)	Double	R\$ 2.714,00	R\$ 2.445,00	R\$ 2.201,00	R\$ 1.956,00
	Single	R\$ 3.147,00	R\$ 2.835,00	R\$ 2.552,00	R\$ 2.268,00
Apto. Standard	Double	R\$ 3.599,00	R\$ 3.242,00	R\$ 2.918,00	R\$ 2.594,00
	Single	R\$ 4.254,00	R\$ 3.832,00	R\$ 3.449,00	R\$ 3.066,00
	1 pessoa double	R\$ 5.397,00	R\$ 4.862,00	R\$ 4.376,00	R\$ 3.890,00
Apto. Comfort	Double	R\$ 3.999,00	R\$ 3.602,00	R\$ 3.242,00	R\$ 2.882,00
	Single	R\$ 4.467,00	R\$ 4.024,00	R\$ 3.622,00	R\$ 3.220,00
	1 pessoa double	R\$ 5.998,00	R\$ 5.403,00	R\$ 4.863,00	R\$ 4.323,00
Apto. Luxo	Double	R\$ 4.841,00	R\$ 4.361,00	R\$ 3.925,00	R\$ 3.489,00
	1 pessoa double	R\$7.269,00	R\$ 6.542,00	R\$ 5.888,00	R\$ 5.234,00

Fonte: Adaptado de Guia da Lapinha Clínica Spa, 2009

TABELA 3 – Pacote 5 dias

		ESPECIAL	BÁSICA	REDUZIDA	ECONÔMICA
		p/pessoa	p/pessoa	p/pessoa	p/pessoa
Q. Suíço (sem WC)	Double	R\$ 2.064,00	R\$ 1.871,00	R\$ 1.697,00	R\$ 1.522,00
	Single	R\$ 2.373,00	R\$ 2.150,00	R\$ 1.948,00	R\$ 1.745,00
Apto. Standard	Double	R\$ 2.696,00	R\$ 2.441,00	R\$ 2.209,00	R\$ 1.978,00
	Single	R\$ 3.164,00	R\$ 2.862,00	R\$ 2.589,00	R\$ 2.315,00
	1 pessoa double	R\$ 3.980,00	R\$ 3.598,00	R\$ 3.251,00	R\$ 2.904,00
Apto. Comfort	Double	R\$ 2.981,00	R\$ 2.698,00	R\$ 2.441,00	R\$ 2.184,00
	Single	R\$ 3.316,00	R\$ 2.999,00	R\$ 2.712,00	R\$ 2.425,00
	1 pessoa double	R\$ 4.409,00	R\$ 3.984,00	R\$ 3.599,00	R\$ 3.213,00
Apto. Luxo	Double	R\$ 3.583,00	R\$ 3.240,00	R\$ 2.929,00	R\$ 2.617,00
	1 pessoa double	R\$ 5.312,00	R\$ 4.798,00	R\$ 4.331,00	R\$ 3.864,00

Fonte: Adaptado de Guia da Lapinha Clínica Spa, 2009

A Lapinha Clínica Spa possui o Programa Fidelidade (Tabela 4) que premia os hóspedes assíduos com descontos progressivos, sendo estes aplicados de

acordo com o número de pontos acumulados – baseado no número de semanas de hospedagem (o desconto mínimo é de 5% e o de máximo é de 30%).

TABELA 4 – Programa Fidelidade

Nº de pontos (semanas)*	Desconto
3 a 5	5%
6 a 14	10%
15 a 19	15%
20 a 29	20%
A partir de 30	30%

*Até o ano de 2002 cada estada (período de hospedagem) equivaleu a 1 ponto. Desde 2003 o cliente recebe 1 ponto a cada 7 dias. Isso se deve ao fato de a Lapinha ter informatizado o histórico das vindas no ano de 2003, tornando preciso este levantamento.

Fonte: Guia Lapinha Clínica Spa, 2009

Para permanência prolongada o desconto funciona da seguinte maneira: para pacotes de sete dias, a segunda semana consecutiva tem 10% de desconto sobre o pacote. A partir da terceira semana consecutiva o hóspede recebe 15% de desconto sobre o pacote.

Além deste programa, a Lapinha Clínica Spa oferece o Programa 7 dias que inclui: Consultas médicas; 7 pernoites em apartamento suíço, *standard*, *comfort* ou luxo; três massagens; Exames laboratoriais; Todas as refeições; Caminhadas ecológicas; Meditação Cristã; Hidroginástica; Oficina da Coluna; Ginástica localizada; Alongamento; *Lian Gong*; *Nordic Walking*; Aulas de artesanato; Visita à horta e pomar; Aula de culinária; Atividades de entretenimento; Palestras sobre Nutrição, Medicina Naturista, Alimentos Orgânicos e Atividades Físicas; Oficina de artes; Sauna. Lembrando que são oferecidos pacotes a partir de cinco dias.

Outro programa é o Lapinha Programa Empresarial que incentiva às empresas a beneficiar seus funcionários, proporcionando motivação pessoal, melhora na auto-estima e no nível de qualidade de vida, e aumento da produtividade. É uma maneira de prevenção de doenças e promoção da saúde, que ajuda na reeducação de hábitos e incentiva a revisão do estilo de vida dos profissionais. São cinco ou sete dias de hospedagem na Lapinha Clínica Spa,

incluindo avaliação médica, exames laboratoriais, dieta personalizada, atividades físicas e de entretenimento, massagens e palestras. Este programa é adquirido pela empresa na forma de pacotes e inclui descontos especiais conforme o número de participantes.

A Lapinha Clínica *Spa* completou 37 anos em 11 de novembro de 2009, atuando nas áreas de Regeneração e Revitalização, Emagrecimento e Reeducação Alimentar, Repouso e Controle do Estresse, Reabilitação Cardíaca, Desintoxicação, Prevenção Geriátrica, e Tratamentos Estéticos e *Fitness*. Para todas estas áreas há o constante acompanhamento médico e nutricional, sendo que os resultados de sua metodologia são reconhecidos pelo Instituto do Coração (INCOR) de São Paulo. A seguir serão abordados os vários tipos de terapias e tratamentos, e atividades que compõe as áreas de atuação da Lapinha Clínica *Spa*.

4.2 TERAPIAS E TRATAMENTOS

Como dito anteriormente a Lapinha Clínica *Spa* utiliza-se dos benefícios das cinco bases tradicionais da Medicina Naturista: Alimentação Saudável ou Trofologia, Terapia do Biorritmo ou Ordenoterapia, Fisioterapia, Hidroterapia e Fitoterapia.

A Alimentação Saudável ou Trofologia é um tipo de terapia alimentar baseada em cereais integrais, leite e derivados, mel, frutas e verduras frescas. De acordo como é esclarecido no próprio site da Lapinha, as refeições ajudam a melhorar a resistência do organismo contra doenças, regenerando o corpo e prevenindo doenças como osteoporose, anemia, doenças cardiovasculares, hipertensão, obesidade, diabetes, gota, câncer e desnutrição. Para seguir esta terapia a Lapinha Clínica *Spa* baseia-se na dieta alimentar ovo-lacto-vegetariana¹⁵ e segue a escola suíça Bircher-Benner (alimentação ovo-lacto-vegetariana, orgânica e rica em vitaminas, fibras e sais minerais).

Com a indicação médica o hóspede será direcionado uma dieta que esteja de acordo com seu objetivo e sua necessidade. Para isso, o hóspede recebe uma

¹⁵ O padrão alimentar ovo-lacto-vegetariana baseia-se em cereais, leguminosas, verduras, frutas, leguminosas, amêndoas e castanhas, laticínios e ovos e exclui carne, peixe e aves. Disponível em: <http://www.vegetarianismo.com.br>. Acesso em: 13/10/2009.

lista dos alimentos mais utilizados nas receitas, e é indicado que ele informe se apresenta algum problema com relação aos alimentos pré-escritos.

Os alimentos utilizados nos cardápios são produtos produzidos na própria Fazenda Margarida, o que significa serem livres de agrotóxicos. Isso faz com que os alimentos sejam mais ricos em vitaminas e fibras.

Com relação à alimentação na Lapinha Clínica *Spa*, é dado bastante ênfase sobre a importância da mastigação dos alimentos. Para isso o *spa* criou a Escola de Mastigação que tem como objetivo principal ensinar aos hóspedes como deve ser feita a mastigação e sua importância para um melhor aproveitamento dos nutrientes das refeições e para que a digestão seja mais saudável.

A Escola ensina que a digestão começa na boca, e aos 20 minutos após o início da mastigação é que ocorre o primeiro sinal de saciedade, isso significa que quando comemos com pressa a sensação de fome é prolongada, dessa maneira acabamos comendo uma quantidade maior de alimentos. Este processo de mastigação intensa melhora também a função das glândulas salivares, evitando a fermentação. A mastigação é levada muito em consideração no processo de emagrecimento, já que quando ela é feita de maneira correta, a sensação de saciedade é mais rápida fazendo com que se ingira uma quantidade menor de alimentos.

É ensinado que as horas das refeições são momentos para ficar em silêncio para aproveitar e saborear melhor cada alimento. Para que isso seja possível é dito que quando se está comendo, atividades como leituras de revistas ou jornais, falar ao telefone, assistir à televisão devem ser evitadas no momento da refeição.

Nos primeiros dias das dietas, o corpo pode reagir à restrição de alimentos. Dessa maneira, caso o hóspede sinta dor de cabeça, tontura, mal estar ou uma leve depressão, é importante que comunique ao médico. Quanto mais intoxicado o hóspede estiver, mais reações ele terá. Sendo assim, é indicado beber bastante líquido e evitar comer fora da clínica para valorizar o tratamento. As dietas podem ser alteradas, desde que seja com a orientação médica.

A Terapia do Biorritmo ou Ordenoterapia trata-se do respeito ao equilíbrio biológico do corpo, ou seja, o respeito aos horários de alimentação, lazer, repouso, trabalho e sono. Seguindo essa terapia, a Lapinha Clínica *Spa* proporciona horários planejados para cada atividade, refeição e descanso. Isso resulta na programação dos dias de permanência do hóspede na Lapinha esteja em harmonia com o ritmo

natural do organismo. Essa terapia trás uma maior disposição e bem-estar para o corpo e para a mente. A Ordenoterapia aplicada na Lapinha é algo que deve ser utilizado não somente em quanto se está no *spa*, mas também para a rotina normal, fora do *spa*. No Anexo B encontra-se o exemplo de uma programação para sete dias que a Lapinha oferece.

Para levar essa terapia para o cotidiano normal dos hóspedes o *spa* sugere que o dia seja iniciado com atividades físicas, fazer um descanso após o almoço, comer pouco no jantar e evitar alimentos crus, já que à noite o organismo entra em repouso e o sistema digestivo não deve ser sobrecarregado, dormir cedo e acordar cedo. Essas dicas são dadas para que os hóspedes levem uma rotina mais saudável também fora do *spa*.

A Fisioterapia aplicada na Lapinha Clínica *Spa* são tratamentos fisioterápicos específicos, com a utilização de técnicas manuais e aplicação de eletrotermoterapia, esses tratamentos são diferenciados de acordo com a necessidade de cada paciente. São oferecidos também, dentro da Fisioterapia, outros tipos de terapias, como a Cinesioterapia¹⁶ na qual o fisioterapeuta utiliza-se de movimentos passivo, ativo-passivo, ativo-livre e ativo-resistido, e a Hidrocinesioterapia¹⁷ que é realizada dentro da piscina aquecida, indicado para quem tem problemas articulares, musculares, respiratórios, posturais, obesidade, etc.

Além da Fisioterapia são oferecidas as massagens terapêuticas, ou a Massoterapia. Os tratamentos com massagens são: Drenagem Linfática Manual, Massagem do Tecido Conjuntivo, Massagem Reflexógena Terapêutica, Massagem de Liberação Muscular, Shiatsu, Tratamento Massoterapêutico com Sal Marinho, Tui-Ná, Terapia Tailandesa, Terapia Tailandesa dos pés – Nuad Tao, Bamboo Massagem, Terapia das pedras quentes e frias, Chiropraticmassagem e Terapia Oriental Integral. No Anexo C estão descritos os tipos de massagem.

¹⁶ A cinesioterapia é definida etimologicamente como a arte de curar, utilizando todas as técnicas do movimento. Licht (1965) definiu exercício terapêutico como "movimento do corpo ou das partes corporais para alívio de sintomas ou melhorar a função". Disponível em: www.cinesioterapia.com. Acesso em: 13/10/2009.

¹⁷ A hidrocinesioterapia ou fisioterapia aquática constitui um conjunto de técnicas terapêuticas fundamentadas no movimento humano. É a fisioterapia na água, ou a prática de exercícios terapêuticos em piscinas, associadas ou não a manuseios, manipulações, hidromassagem e massoterapia, configurada em programas de tratamento específicos para cada paciente. Disponível em: www.hidrocinesioterapia.com. Acesso em: 13/10/2009.

A Hidroterapia pode ser definida juntamente com a origem do termo “spa”, já vista no segundo capítulo – “saum per aquam” (saúde pela água). Isso porque é uma terapia em que os tratamentos são todos realizados na água, aproveitando assim todas as propriedades da mesma.

Existem diferentes tipos de tratamentos que a Lapinha Clínica *Spa* oferece. Um deles é realizado em um tanque, chamado Tanque de Keneipp (Figura 15), instalado no jardim da propriedade. Esse tanque foi uma invenção do frade alemão Sebastian Keneipp, que no século XIX comprovou que a hidroterapia tinha efeito medicinal. No Tanque de Keneipp o organismo é revitalizado e a circulação é ativada, aumentando a defesa do corpo. A água que está no tanque é em temperatura ambiente, proporcionando o contraste térmico dos pés, mas isso não significa que causará resfriados. Inclusive recomenda-se que circule pelo tanque após a caminhada matinal.



FIGURA 15 – Tanque de Kneipp
Fonte: O autor (2009)

Além do Tanque de Keneipp, a Lapinha oferece outros tratamentos hidroterápicos: Massagem Subaquática, Ducha Escocesa, *Watsu* (*Water + Shiatsu*),

Manilúvio, Pedilúvio, Sauna Terapêutica e Banho Terapêutico Aromático. No Anexo D encontra-se a descrição desses tratamentos.

A Fitoterapia, ou seja, a cura pelo poder das plantas é utilizada na Lapinha em forma de chás e medicamentos fitoterápicos. As ervas possuem princípios ativos que estimulam o sistema de defesa do organismo, prevenindo e curando doenças. A fitoterapia praticada no *Spa* não tem efeitos colaterais e é capaz de produzir um bem-estar mais intenso que o de medicamentos convencionais.

Os princípios ativos das plantas estimulam o sistema de defesa do organismo, prevenindo e curando doenças. Os produtos usados no tratamento são de origem orgânica e testados cientificamente. As ervas também estão presentes na culinária, diminuindo o uso do sal.

Além das cinco bases da Medicina Naturista que foram apresentadas agora, há outro tipo de terapia, a chamada Mayr-Kur. Criada pelo médico austríaco F. X. Mayr, a Mayr-Kur é uma terapia dietética de desintoxicação intensiva que promove a renovação geral do organismo e ativa as defesas naturais do corpo. Ela revitaliza o sistema digestivo, auxilia na perda de peso e no controle da pressão arterial.

Esta terapia é acompanhada com exercícios físicos, hidroterapia, fisioterapia, acupuntura e homeopatia. A terapia promove a recuperação da vitalidade, do auto-controle mastigatório, da melhora do sono e do humor. Na dieta, o paciente ingere soluções salinas ricas em substâncias minerais alcalinizantes e em magnésio. A Mayr-Kur proporciona a melhora dos problemas gástricos, adoção de um novo estilo de vida com hábitos alimentares saudáveis, melhora da pele e melhor postura corporal.

Desta maneira, os elementos que fazem parte da terapia Mayr-Kur, oferecidas pelo *Spa*, são: pão, iogurte e/ou leite, caldo básico, pó básico, sal amargo, compressa quente, fricção com escova seca e terapia manual abdominal. No anexo E encontra-se a descrição destes elementos.

Na área de estética a Lapinha Clínica *Spa* oferece vários tipos de tratamentos corporais e faciais. Nesses tratamentos, no caso para corporais, são utilizados elementos que foram abordados no capítulo 2, tais como a Talassoterapia, o uso das algas marinhas. A descrição dos vários tipos de tratamentos estéticos estão no Anexo F.

4.3 ATIVIDADES FÍSICAS E DE ENTRETENIMENTO

Uma vez que atividades de entretenimento são fundamentais para o entrosamento entre os hóspedes, os funcionários responsáveis por essa área, preparam atividades lúdicas para a sociabilização dos hóspedes, tais como brincadeiras, gincanas, bingos, exibição de filmes, caminhadas com tocha no bosque e oficinas de natação e de tênis para iniciantes. A Lapinha também proporciona outras atividades praticadas na Oficina de Artes e as Aulas de Dança, com essas atividades os hóspedes além da interação, poderão desenvolver suas habilidades.

Antes de iniciar a prática das atividades físicas deve ser feita uma avaliação de condicionamento físico e cardiovascular. Para isso há um profissional que além de realizar tal avaliação, auxilia na escolha da atividade ideal para cada hóspede. As atividades físicas oferecidas pelo *spa*, cujas descrições estão no Anexo G, são: *Nordic Walking*, Alongamento, *Lian Gong*, Hidroginástica, Ginástica localizada, Pilates de solo, Circuito cardiovascular e Caminhada



Figura 16 – Alongamento
Fonte: www.lapinha.com.br



Figura 17 – Caminhada
Fonte: www.lapinha.com.br



Figura 18 – Hidroginástica
Fonte: www.lapinha.com.br



Figura 19 – Nordic Walking
Fonte: www.lapinha.com.br

Além de toda infra-estrutura, serviços, terapias e atividades, na Lapinha Clínica *Spa* são promovidas palestras e workshops educativos. Essas atividades educativas têm por objetivo a conquista de uma vida mais saudável, mesmo com o estresse e cotidiano corrido das grandes cidades. As palestras, ministradas por profissionais especializados, tratam dos cuidados com a coluna, orientação nutricional, medicina terapêutica, agroecologia e funcionamento da clínica.

Tanto no site como nos guias, que os hóspedes recebem ao chegarem à Lapinha, existem algumas dicas essenciais para a estada. Tais como: chegar de preferência no domingo, que é quando a maioria dos hóspedes chega, para facilitar o entrosamento entre eles, é nesse momento em que se iniciam as palestras mencionadas a pouco, manter o celular desligado durante a estadia, não fumar em ambientes internos, levar roupas e calçados confortáveis, já que se trata de uma ambiente informal.

O cliente dentro da Lapinha Clínica *Spa* possui o livre arbítrio, ou seja, se o hóspede quiser sair da clínica para ir até a cidade da Lapa para desfrutar de alimentos e/ou produtos que estão fora das dietas da Lapinha, é permitido. Esse livre arbítrio significa que os resultados dependem da consciência de cada hóspede, o *spa* faz a sua parte com a promoção da saúde e o incentivo de hábitos saudáveis, porém depende muito da atitude que o hóspede/paciente terá durante sua estada.

4.4 PERFIL DA DEMANDA

Para ilustrar o perfil do cliente da Lapinha Clínica *Spa*, valer-se-á dos chamados gráficos pizza. Para tanto é levado em consideração gênero, estado civil, faixa etária, profissão, cidade, estado e objetivo da estada. Os dados que aqui serão expostos como foram fornecidos pela empresa, através da responsável pelo departamento de Relacionamento e Vendas.

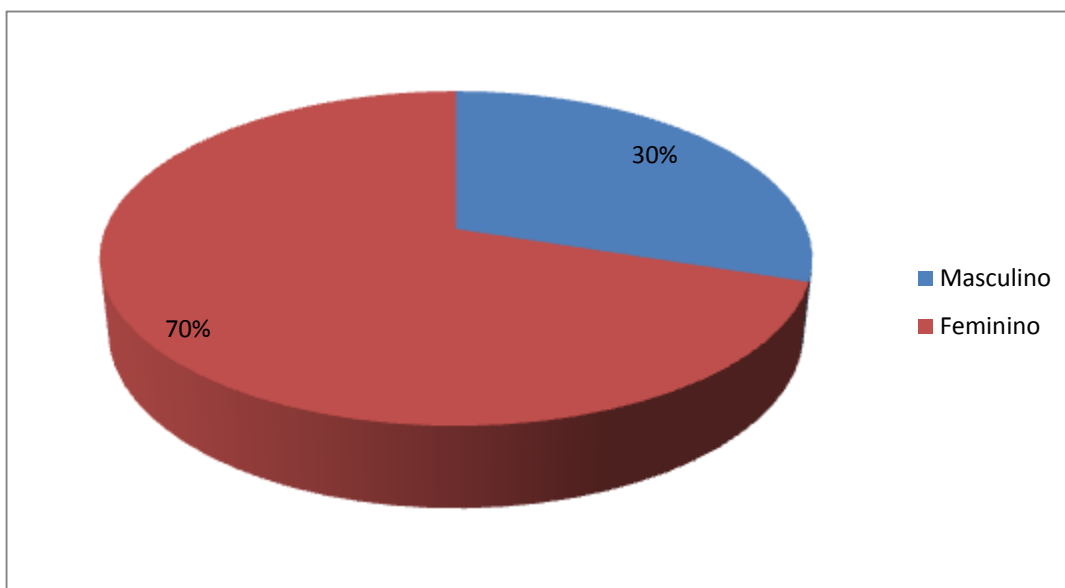


GRÁFICO 1 – Gênero

Fonte: Sistema Lapinha - Estadas Ago/02 a Jun/09

Este primeiro gráfico demonstra o gênero dos clientes. A partir dele percebe-se que embora o pensamento masculino acerca da saúde tenha mudado, o número de mulheres ainda é significativamente superior na procura pela Lapinha.

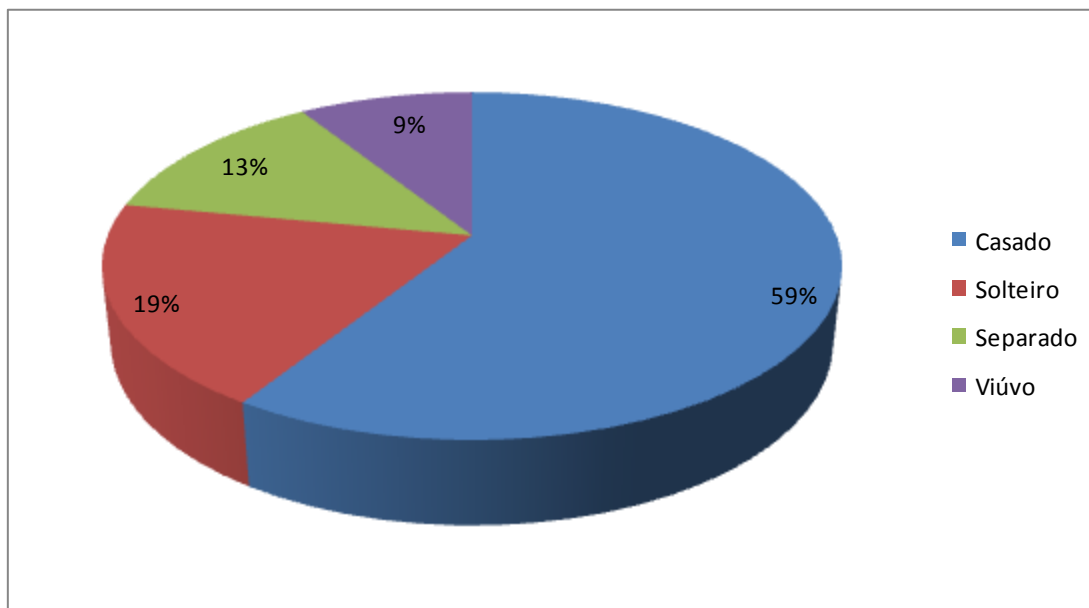


GRÁFICO 2 – Estado civil
 Fonte: Sistema Lapinha – Estadas Ago/02 a Jun/09.

O gráfico 2, sobre o estado civil do cliente, mostra que a maioria dos clientes são casados.

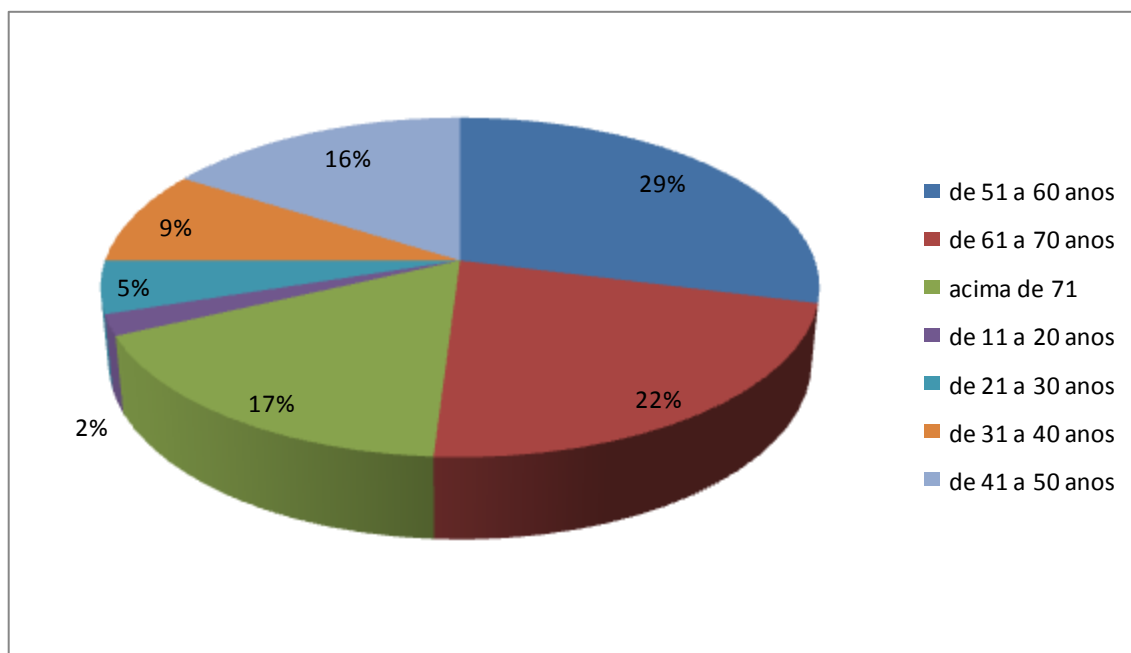


GRÁFICO 3 – Faixa etária
 Fonte: Sistema Lapinha – Estadas Ago/02 a Jun/09.

Acerca da faixa etária, o gráfico 3 mostra uma grande diversidade. Porém, nota-se uma procura maior pelas pessoas com idades de 51 a 60 anos. Já os mais jovens, acredita-se que procuram o *spa* em período de férias e quando são realizadas as semanas especiais, por exemplo, semana *teen*.

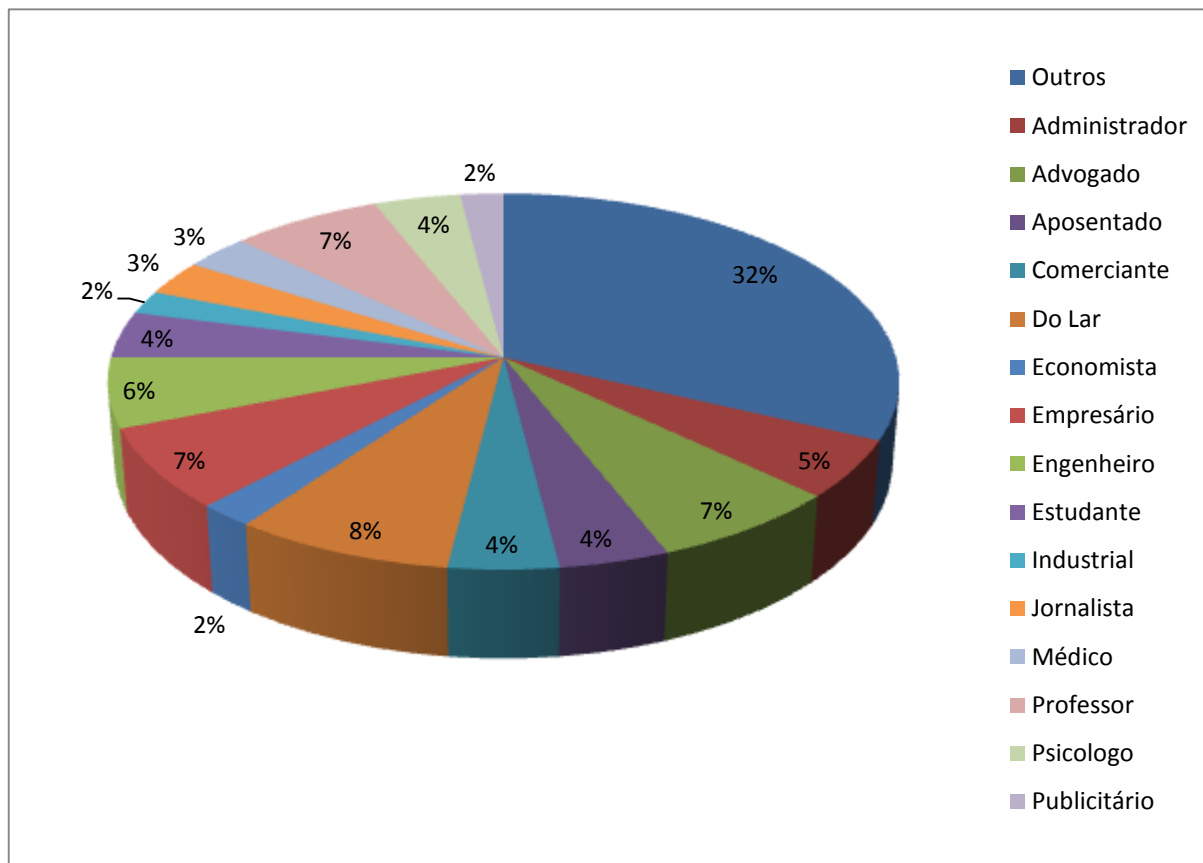


GRÁFICO 4 – Profissão
 Fonte: Sistema Lapinha – Estadas Ago/02 a Jun/09.

Com relação à profissão, a maior porcentagem indica os clientes que atuam em profissões diferentes das que estão representadas. Mas dentre as que foram demonstradas no gráfico a de maior porcentagem é de pessoas que se consideram do Lar. Neste gráfico 4 é percebido a diversidade de profissionais de diferentes áreas que procuram a Lapinha.

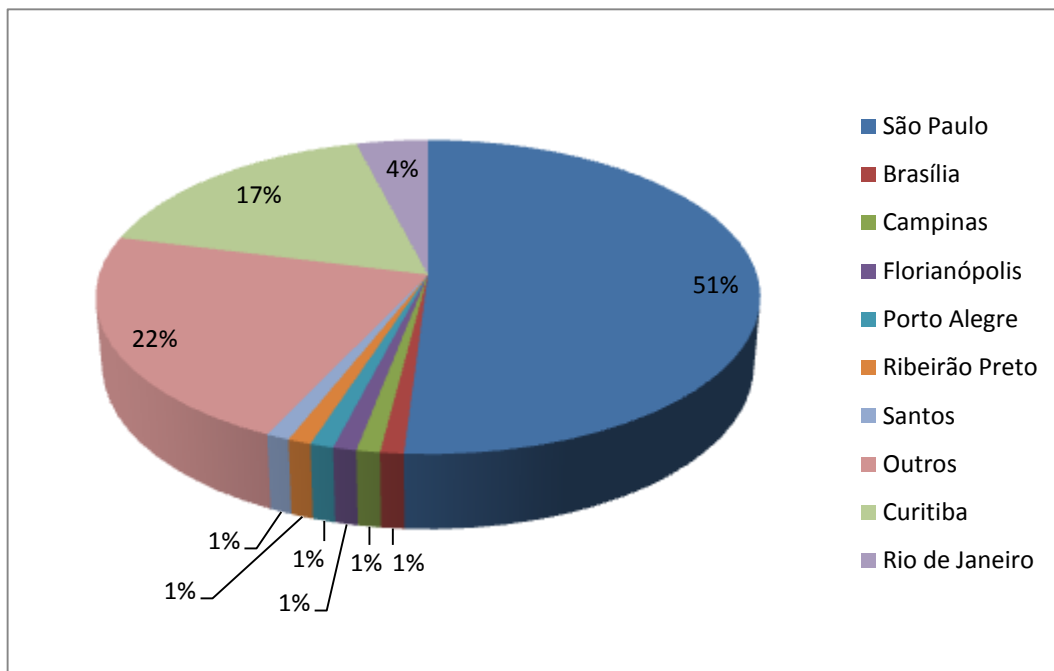


GRÁFICO 5 – Cidade

Fonte: Sistema Lapinha - Estadas Ago/02 a Jun/09.

O gráfico 5 identifica as cidades emissoras. Nota-se que a demanda maior vem das cidades de São Paulo, Curitiba e de outras cidades não especificadas. Neste gráfico é possível identificar também que as cidades emissoras em sua maioria são das regiões Sul e Sudeste.

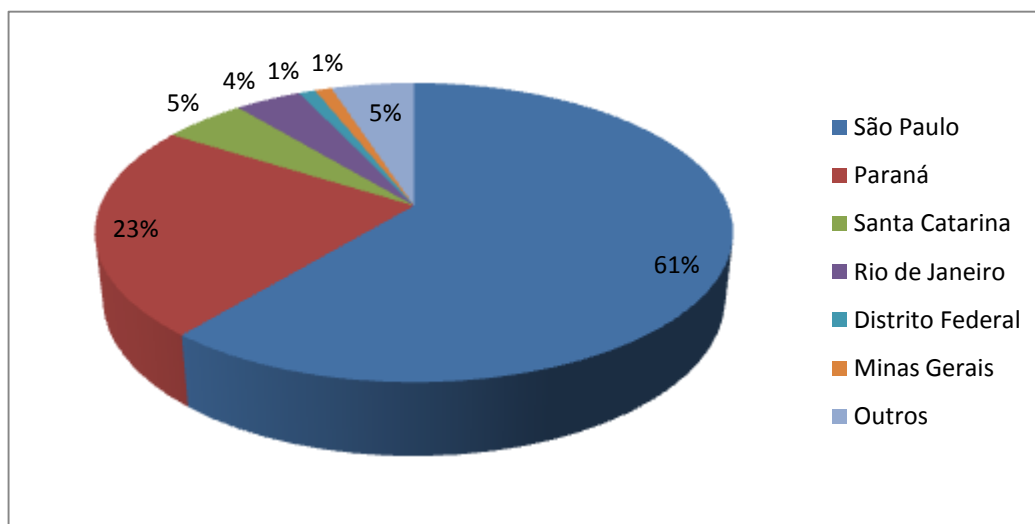


GRÁFICO 6 – Estado (UF)

Fonte: Sistema Lapinha – Estadas Ago/02 a Jun/09.

Assim como no gráfico anterior (Gráfico 5), porém agora expondo a emissão de demanda por estado, a maior parte de vem dos estados de São Paulo e do

Paraná. Sendo que mais uma vez identifica as regiões Sul e Sudeste como principais emissoras.

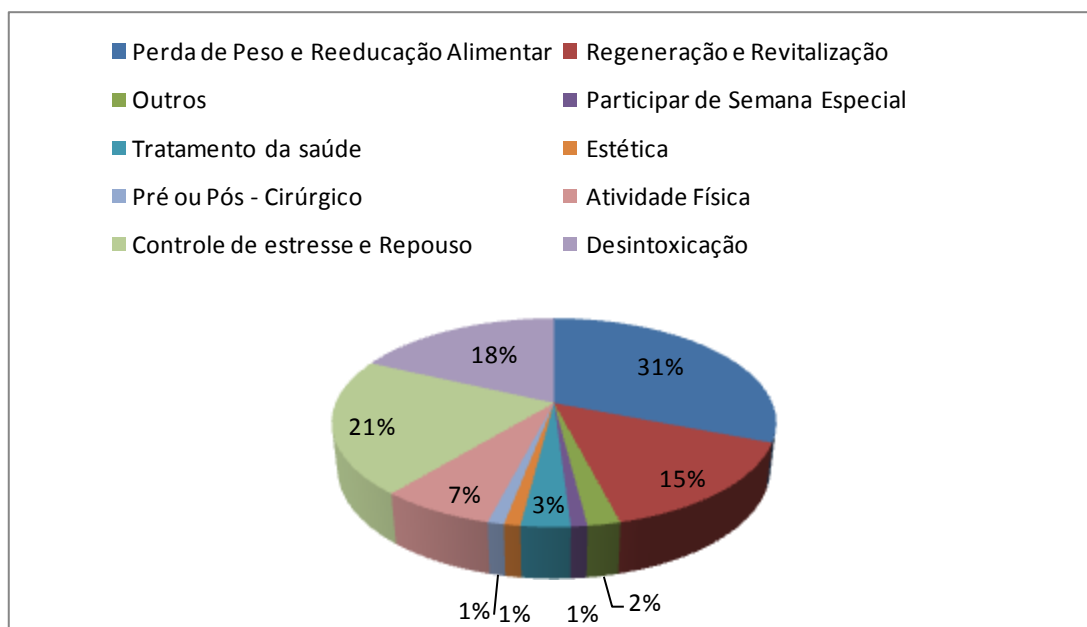


GRÁFICO 7 – Objetivo da estada

Fonte: Sistema Lapinha – Estadas Ago/02 a Jun/09.

O gráfico 7 identifica o objetivo da estada na Lapinha. Os objetivos estão bem distribuídos, mas os que apresentam maior procura são a perda de peso e reeducação alimentar, controle de estresse e repouso, desintoxicação, e regeneração e revitalização. Isto mostra que a Lapinha é ainda muito procurada pelas mesmas terapias de quando iniciou seu funcionamento, o que demonstra uma credibilidade pela forma de como são promovidas. Os outros objetivos podem ser vistos como complementos (atividade física, estética) para programas de tratamentos oferecidos pelo *spa* ou como procura específica (pré ou pós-cirúrgico, tratamento de saúde, semanas específicas).

Sendo assim, com a análise dos gráficos, pôde-se ter uma visão melhor de qual é o perfil da demanda que frequênta o *spa*. Uma vez que é compreendido qual é o maior público com relação a gênero (feminino) e estado civil (casado), além de faixa etária (de 51 a 60 anos) e profissão (outras e do Lar). Tendo ainda os lugares que são os principais emissores – cidades: São Paulo e Curitiba, Estados: São Paulo e Paraná.

Como no primeiro capítulo foi discutido sobre motivações, bem como as necessidades das pessoas, com o perfil do cliente foi possível perceber o que de fato leva as pessoas a procurarem a Lapinha. Desta forma, são vistos os objetivos

mais frequentes da estada no *spa*, ou seja, perda de peso e reeducação alimentar, controle de estresse e repouso, desintoxicação, e regeneração e revitalização.

Embora não tenha sido elaborado um gráfico que ponderasse a renda financeira dos clientes ou classe social, por meio do gráfico 4 (Profissões), bem como dos gráficos 5 e 6 (Cidade e Estado), é possível obter uma noção geral sobre isto. Das profissões que foram especificadas, a grande maioria são profissionais que possuem condições financeiras para arcar com os gastos das diárias (Tabelas 2 e 3), terapias e tratamentos, sendo que muitos deles vêm do estado de São Paulo ou da capital deste. Isto quer dizer que a emissão é maior nestes lugares por apresentarem um padrão de vida ser mais alto, ou seja, em sua maioria são pessoas pertencentes à classe A.

Pode-se afirmar que a Lapinha Clínica *Spa* é um espaço onde ocorre o Turismo de Saúde devido ao fato de que as pessoas que se deslocam até o *spa* e usufruem de toda a infra-estrutura, serviços e tratamentos, em sua maioria procura a Lapinha por estar com algum tipo de problema de saúde, já que a Lapinha é também uma clínica. Mas também há aqueles que vão com o principal objetivo de relaxamento e lazer. Sendo assim, pode-se dizer que a motivação, daqueles que procuram a Lapinha, é de forma involuntária (buscam por que realmente precisam de tratamento) e voluntária (buscam para descanso).

A prática no turismo de saúde em locais como o da Lapinha, ou seja, na área rural, é uma alternativa para outros estabelecimentos de hospedagem que estejam instalados em áreas de mesmo caráter. Dessa maneira, o turismo de saúde poderia vir a agregar valor a esses meios de hospedagem, ou seja, seria algo a mais para oferecer à demanda.

As pessoas que se hospedam na Lapinha, além de usufruir do seu espaço, aproveitam para conhecer a cidade histórica da Lapa. O deslocamento até a Lapa funciona da seguinte forma: aqueles que vêm até o *spa* de carro, evidentemente visitam a cidade com seus próprios veículos; algumas pessoas solicitam um taxi; e aos sábados a Lapinha providencia um passeio até a Lapa, sendo que eventualmente os hóspedes desejam também conhecer outra cidade próxima, Rio Negro, e no domingo, o passeio em Curitiba.

Ao ler a história do Lar Lapeano de Saúde, foi visto que por estar bastante afastado da cidade da Lapa e dos principais centros emissores, Curitiba e São Paulo, os críticos diziam que não era adequada a construção da Lapinha naquele

espaço, já que iria dificultar o acesso da demanda. Porém ao passar dos anos isso não demonstrou ser um problema, já que foi viabilizado o acesso até a clínica, e atualmente também não há dificuldades em chegar até lá. Dessa maneira, mesmo em seus primeiros anos e até hoje, a Lapinha recebe um grande número de clientes. Ainda com relação ao acesso, como visto anteriormente nos serviços oferecidos no *spa*, um deles é o *transfer* do aeroporto, no caso o Afonso Pena, em São José dos Pinhás (PR), até a Lapinha, facilitando assim ainda mais o acesso de quem vem de outras cidades do Paraná e de outros estados.

A clínica é reconhecida por sua qualidade na infra-estrutura e serviços, e também no atendimento aos hóspedes, que como já visto, acredita-se este último seja considerado um dos pontos fortes na Lapinha. A maneira especial de cuidar de seus clientes, fazendo com que sejam bem-vindos e se sintam em casa, faz parte da hospitalidade da Lapinha. São atitudes por parte dos colaboradores que fazem a diferença inclusive durante os tratamentos que os hóspedes estejam realizando. Isto porque quando o hóspede se sente mais a vontade, a comunicação entre ele e os profissionais da saúde torna-se mais fácil, fazendo com que o problema de saúde, sendo simples ou complexo, seja melhor tratado.

Essa relação cliente/funcionário na Lapinha é algo que propicia a liberdade de os hóspedes darem sugestões, questionar, fazendo com que o *spa* possa melhor servi-los. Isto é interessante, pois é uma atitude que não é novidade para o *spa*, isso acontece desde seu início. Afinal, era uma das questões que Dona Margarida deixava claro, que o *spa* não era somente dela, mas de todos que nele trabalhassem e frequentassem, como visto na história do local no capítulo três. Dessa maneira esse relacionamento cliente/funcionário é preservado até hoje.

Outro ponto que também pode ser considerado pertencente à hospitalidade do *spa*, são as atividades de entretenimento voltadas para o entrosamento dos hóspedes, possibilitando a boa convivência, a troca de experiências antes eles. Esta é mais uma maneira de demonstrar que todos são especiais, tornando a Lapinha um ambiente acolhedor, propiciando ainda mais o bem-estar.

Todo este relacionamento, hospitalidade que a Lapinha tem com seus hóspedes podem ser expressos por meio dos depoimentos dos mesmos. Assim é

possível perceber que o que o *spa* propõe aos seus clientes de fato é cumprido. Os depoimentos a seguir foram retirados do próprio site da Lapinha¹⁸.

"Ao chegar, já se pode notar que tudo funciona bem: a recepção, o encaminhamento aos quartos. O lugar é lindo, muito bem cuidado e as instalações são agradáveis e funcionais. Com o passar do tempo, a boa impressão só aumenta. Percebemos que a acolhida e a atenção que nos dispensam são honesto nada forçado. Sempre há boa vontade. Descobrimos em cada cantinho (de leitura, de caminhada, de descanso) um lugar bem cuidado. Em vários pontos dos 2 prédios sempre encontramos térmicas cheias de chá e copos limpos. A harmonia com a natureza está sempre presente. Este é um dos poucos lugares que estive por 7 dias e permaneceria por mais 7. Levo daqui a melhor das impressões e boas recordações. Desde a florzinha colocada delicadamente sobre o guardanapo até a lembrança do respeito com que cada hóspede era tratado e mais ainda, o respeito e a cordialidade que os funcionários tem entre si. Esse bom ambiente reflete na harmonia e na qualidade dos serviços."

"Freqüento a Lapinha desde os anos 70, e não poderia deixar de enfatizar o quanto a Lapinha acompanhou e evoluiu o tempo que passou nos mínimos detalhes. Instalações; roupas de cama; travesseiros; massagens; programação e bem merecido pelo reconhecimento e prêmios que ganhou e conquistou. O ponto alto da Lapinha é que mesmo com a modernização, melhoramentos internos, divulgação externa, a Lapinha nunca deixou de dar continuidade a sua filosofia. O atendimento é personalizado, a qualidade e lisura dos profissionais e se mantem ainda com os mesmos princípios e ética do início. Lugar especial que sua fundadora idealizou."

"O cuidado com as instalações e jardins é aconchegante e caprichado, fazendo com que a gente se sinta realmente bem-vindo. Gostaria que continuassem com essa filosofia de trabalho e desempenho que fazem daqui um lugar especial, onde se pode prestar atenção em si próprio, se conhecer melhor e se renovar para o retorno às atividades do dia-a-dia."

"Fui atendida com cordialidade e atenção. Senti nos olhos e no sorriso de cada um o prazer em servir. Senti a energia da natureza e, principalmente, a competência e o carinho dos médicos. A culinária me fez repensar a alimentação e o descanso foi o ponto alto de todo o tratamento. Já sinto saudades, como se a Lapinha tivesse feito parte da minha vida desde que nasci."

Com estes depoimentos vê-se que a Lapinha é realmente um espaço que promove a saúde e bem-estar, e que pequenos detalhes notados pelos hóspedes (a florzinha colocada delicadamente sobre o guardanapo, como dito no primeiro depoimento) fazem a diferença, demonstrando mais uma vez o carinho do *spa* por seus clientes. Dessa maneira, pode-se dizer que a Lapinha enquadra-se dentro do que foi abordado sobre hospitalidade no segundo capítulo, já que apresenta elementos que foram ditos na definição que envolve o assunto (bom acolhimento, liberalidade, amabilidade e afabilidade no modo de receber os hóspedes).

¹⁸ Disponível em: www.lapinha.com.br/depoimentos. Acesso em: 23/11/2009 às 15hs18min

A hospitalidade pode ser vista, ainda, como intangível, já que é algo que não se vê no momento da compra. No turismo isto é comum, pois ao comprar um produto ou serviço até podemos saber o que adquirimos, mas não é nesse momento em que saberemos ao certo se determinado produto ou serviço cumpre com o que é prometido. É neste ponto em que a hospitalidade se encaixa, pois só teremos conhecimento dela quando chegarmos ao local.

Esta intangibilidade, segundo um hóspede da Lapinha, é algo que atualmente muitas empresas não estão dando mais a devida atenção. Ainda de acordo com este mesmo hóspede, na Lapinha é diferente, a intangibilidade é constante, pois além do próprio espaço onde está o *spa* proporcionar o contado direto com a natureza, resultando na tranquilidade que há lá, existe o tratamento especial com os clientes por parte dos funcionários, seja eles de altos cargos ou aqueles que trabalham na arrumação dos quartos, na horta da Lapinha, enfim, que direta ou indiretamente contribui para o seu funcionamento, como dito a pouco.

Em termos de espaço, pode-se considerar a Lapinha, uma unidade turística. Sendo assim, a Lapinha Clínica *Spa* é um espaço que atrai somente um tipo turista com interesse específico, ou seja, o que procura a saúde e o bem-estar. Levando em consideração o tempo de permanência no *spa*, que é de uma a duas semanas, sendo mais uma característica de uma unidade turística.

Enquanto unidade turística, a Lapinha também possui outras características desta terminologia turística, tais como alojamentos, oferta alimentar e opções de entretenimento que se encontram dentro do espaço. Porém, como o local é voltado para um público específico, que promove a saúde, há algumas diferenças: A Lapinha possui os alojamentos, como qualquer outro meio de hospedagem, mas com relação à alimentação, as refeições são balanceadas e todas feitas no *spa* (café da manhã até jantar); e no entretenimento além das atividades que lá são oferecidas, podem ser incluídos as terapias e tratamentos.

Considerando todas as informações que foram aqui abordadas para resolver a problemática deste trabalho acadêmico – compreender e analisar o Turismo de Saúde, de que forma este segmento turístico é desenvolvido e em que locais em potencial se encontram inseridos nele – foi possível perceber que, embora o turismo de saúde esteja em áreas diferentes (turismo e saúde), uma pode influenciar a outra, ou seja, a saúde muitas vezes torna-se um motivo para o deslocamento entre cidades, estados ou países. A segunda indagação pode ser vista no relato desde a

história do turismo de saúde, e que ao longo de seu desenvolvimento notou-se que este segmento turístico é desenvolvido de diferentes maneiras, seja elas pelos meios convencionais (hospitais, clínicas), ou alternativos (estâncias, *spas*, espaços preferencialmente na área rural).

Na última indagação foram abordados vários espaços e demonstrado quais eram os campos de atuação na saúde. Por exemplo, em hospitais, a busca maior é por diferentes cirurgias e é onde mais se utiliza da medicina convencional, já em espaços encontrados na área rural tem-se o relaxamento, emagrecimento, revitalização, tendo a medicina alternativa mais em evidência. É nesta questão que a Lapinha Clínica *Spa* recebe uma atenção maior, pois trata-se de um espaço em que ocorre o turismo de saúde, já que oferece toda uma infra-estrutura e serviços com o objetivo e proposta de promover a saúde e bem-estar por meios naturais. Por este motivo muitas pessoas se deslocam até a Lapinha.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o levantamento teórico pôde-se perceber as diferentes motivações que levam as pessoas a se deslocarem de seus locais de residência. Sendo que a motivação é um dos critérios para segmentar o turismo. Dentro deste critério está incluída a saúde, ou como na segmentação turística: Turismo de Saúde.

Foi compreendido também que para que determinada segmentação aconteça há a necessidade, principalmente, de dois elementos: a oferta e a demanda. A oferta pode ser um produto específico como uma unidade turística (Lapinha Clínica *Spa*), tendo ao seu redor elementos que agregam valor, como por exemplo, a cidade histórica da Lapa, além de outras cidades que ficam próximas (Rio Negro, Curitiba). Quer-se dizer que a Lapinha não depende da demanda que vai até a Lapa, mas da demanda específica, ou seja, aquela que procura exclusivamente o *spa*.

Sendo assim, atrativos como o município da Lapa e outros são complementos, opções para quem está na Lapinha deseja conhecê-los. Por conta disso, é sugerido que outros municípios pudessem formar um convênio com o *spa*, viabilizando o deslocamento dos hóspedes até eles. No caso, poderiam ser feitas atividades, como caminhadas, na região do Canyon Quartelá, em Tibagi, por exemplo. E se tratando de demanda, pode-se dizer que é uma demanda específica, já que são pessoas que buscam o cuidado com a saúde e bem-estar.

Tendo a saúde como motivação, e baseando-se no levantamento teórico, foi possível realizar a análise do segmento turismo de saúde. Sendo assim, pode-se dizer que a problemática do trabalho acadêmico, a qual era compreender e analisar o Turismo de Saúde, como este é desenvolvido, e que tipos de locais em potencial encontram-se inseridos neste segmento turístico, foi esclarecida. Uma vez que o turismo de saúde ocorre quando uma determinada demanda se vê na necessidade de se deslocar de seu local de residência pra buscar melhoramento de sua saúde e bem-estar. A partir disto foi compreendido que o turismo de saúde é desenvolvido de diferentes formas e em diferentes locais, ou seja, por métodos convencionais ou alternativos; e em clínicas e hospitais de grandes cidades ou estâncias e spas localizados em regiões rurais. Neste sentido, foi constatado que em turismo de

saúde existe uma subdivisão, ou seja, há várias modalidades dentro do turismo de saúde e percebe-se que esta segmentação turística é bastante fragmentada.

É importante lembrar que a segmentação turismo de saúde é considerada nova, principalmente no Brasil. Por isto, houve dificuldades para encontrar referenciais teóricos que norteassem a pesquisa. Sendo assim, houve a necessidade de utilizar meios de pesquisa secundários, tais como a internet. Buscou-se também por artigos e livros em outros idiomas, uma vez que, por exemplo, na Europa o turismo de saúde está mais em evidência, ou melhor, dizendo, lá se discute muito sobre termas e balneários. Por isto, a quantidade de pesquisas sobre este assunto naquele continente é maior. Lembrando que outro lugar onde se explora muito essa segmentação turística é Cuba, visando principalmente o turismo médico, devido aos tipos de tratamentos pelos quais o país é procurado.

Apesar do turismo de saúde no Brasil ser algo incipiente, existe uma tendência de crescimento, já que, de acordo com essa pesquisa, está tendo um maior investimento na área. Internacionalmente o país é procurado para realização de cirurgias plásticas, bariátricas, oftalmológicas, ortopédicas, cardíacas e odontológicas e fertilização assistida. Internamente, além da ocorrência de movimento de pessoas que se dirigem aos grandes centros buscando a medicina convencional (clínicas e hospitais), há aquelas que fazem o sentido contrario, ou seja, vão para o interior. Nas cidades interioranas, especificamente na região rural, encontram-se as estâncias e os *spas* que trabalham principalmente com a medicina alternativa ou chamada também de natural. No capítulo dois, foi dado ênfase a essa modalidade, em locais como estâncias e *spas*, demonstrando os diferentes tipos de tratamentos e terapias naturais que lá se encontram. Sendo que para melhor compreensão realizou-se um estudo de caso na Lapinha Clínica *Spa* que tem como filosofia e proposta a promoção da saúde, sendo ela trabalhada de maneira integral e por métodos naturais.

Com este estudo de caso, pôde-se considerar que a Lapinha é um espaço onde há a ocorrência do turismo de saúde. Foi possível analisar pessoalmente o local e obter dados, como o perfil do cliente, o que muito contribuiu para a pesquisa. Desta maneira, foi possível ter uma visão mais detalhada do *spa*, ou seja, desde o espaço em que ele se encontra com toda sua infra-estrutura, serviços até sua

demanda real. Além disso, analisou-se também a questão sobre a qualidade de atendimento, e constatou-se ser bastante preservada.

Ao analisar a infra-estrutura e serviços do *spa*, foi notado que parte destes são como a de outros meios de hospedagem (acomodações, governança, recepção, etc.). Porém, por ser o objeto de estudo um local voltado para um público específico, conta também com toda infra-estrutura e serviços direcionados à saúde. Caracterizando assim, a Lapinha como uma unidade turística.

Em se tratando de público específico, por meio do perfil do cliente considerou-se que há predomínio da perda de peso e reeducação alimentar, regeneração e revitalização, controle de estresse e repouso, e desintoxicação. Isto pode ser visto como uma manutenção e recuperação de uma vida mais saudável, de bem-estar.

Por fim, conclui-se que com o levantamento teórico e o estudo de caso, foi possível alcançar o objetivo geral da pesquisa: analisar o Turismo de Saúde, tendo como estudo de caso a Lapinha Clínica *Spa*. Bem como os objetivos específicos: compreender e analisar turismo de saúde na teoria e na prática; conhecer o Lapinha Clínica *Spa*; e conhecer o potencial do Turismo de Saúde e Bem Estar no estabelecimento em estudo. Uma vez que mesmo com dificuldades de encontrar referências bibliográficas sobre o assunto, aqueles que foram encontrados deram suporte para a pesquisa e principalmente para a realização do estudo de caso, além da oportunidade das visitas à Lapinha e dos materiais fornecidos pela empresa.

Sendo assim, as hipóteses levantadas em resposta ao problema, de que embora Turismo de Saúde seja um segmento relativamente novo, a relação entre estes dois setores da economia existe, uma vez que há um alto número de pessoas que se deslocam até locais – hospitais, clínicas, *spas*, estâncias termais e hidrominerais – em busca de tratamentos ou curas para doenças; e de que o Turismo de Saúde é bastante fragmentado, sendo que nele se encontram inseridas outras vertentes como turismo de bem-estar, termal, medical e estético, possibilitando a prática do turismo de saúde em diferentes tipos de locais, foram confirmadas pela pesquisa.

REFERÊNCIAS

Obras:

- 1ª CONFERÊNCIA INTERNACIONAL SOBRE PROMOÇÃO DA SAÚDE. **Carta de Ottawa para a Promoção da Saúde**. Ottawa – Canadá, 17-21 Novembro de 1986.
- ANGELI, Margarita Barretto. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas – SP: Papyrus, 1996.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.). **Turismo - Segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- BAHL, Miguel. **Agrupamentos turísticos municipais**. Curitiba: Pretexto, 2004.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas – SP: Papyrus, 2003.
- _____; BURGOS, Raúl; FRENKEL, David. **Turismo, políticas e relações internacionais**. Campinas – SP: Papyrus, 2003.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Ed. SENAC, 2000.
- _____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.
- BENIER, Enrique T.; SECALL, Rafael E.; GARCIA, Rafael F.; ROJO, M^a Del Mar M. **Estrutura de mercados turísticos**. Barcelona, Esp.: Ed. UOC, junio 2006.
- BIGARELLA, João José, BLASI, Oldemar, BREPOHL, Dieter. **Lapinha: a natureza da Lapa – Lar Lapeano de Saúde**. Lapa – PR, 1997.
- BOEGER, Marcelo A. **Gestão em hotelaria hospitalar**. São Paulo: Atlas, 2003
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru – SP: EDUSC, 2002.
- CAMPOS, Luiz Cláudio de A Menescal; GONÇALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a turismo e hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac, 1998.
- CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante do século XX**. Caxias do Sul – RS: EDUCS, 1996.
- _____. **Gestão Hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2006
- COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. São Paulo: Cobra, 2001.
- FERNANDES, Artur. **Volte Sempre! Qualidade de serviço no Turismo**. Portugal: Cabográfica, 1999.

- IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- MONTEJANO, Jordi Montaner. **Psicosociología del Turismo**. Madrid: Síntesis, 1ª edição. S/d.
- MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (org.). **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Trad. Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003
- PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.
- _____. **Gestão de pólos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001
- REJOWSKI, Mirian, COSTA R., Benny (org.). **Turismo Contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Marketing turístico: Um enfoque promocional**. Campinas, SP: Papyrus, 1999.
- _____. SOLHA, Karina Toledo. **Planejamento turístico**. Barueri – SP: Manole, 2006.
- SAMPAIO, Elvira. **Saúde**. Ponta Grossa – PR, UEPG, 2000.
- SELEÇÕES DO READER'S DIGEST (org.). **Curando as doenças do dia-a-dia com métodos naturais**. Rio de Janeiro: Reader's Digest, 2002.
- SILVA, Ana Lúcia G. BARREIRA, Cristiane A. **Turismo de Saúde**. São Paulo: Senac, 1994.
- SPETHMANN, Carlos Nascimento. **Medicina Alternativa de A a Z**. Uberlândia – MG: Natureza, 2003.
- VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico: receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- Revista Panorama do Turismo – Sua viagem pela informação. **Paraná oferece muitas novidades no turismo de saúde**. Ano 4, nº. 41, Setembro/2008.

Internet:

AGOSTINHO, Márcio Roberto. PERES, Sílvio Lopes. SANTOS, José Wellington **Contribuição Inicial ao estudo da Motivação a partir da teoria de Maslow**. Disponível em: < <http://www.revista.inf.br/psicologia/pages/artigos/art%2004-maio2009.pdf>>. Acesso em: 22 de jun. de 2009.

BOFANDA, Marcel Rodrigo H; BOFANDA, Patrícia Lopes B.; GANDARA, José Manoel G.; BREA, José Antonio F.. **Turismo Termal: cambios conceptuales y mercadológicos de los balnearios em España**. Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica, v. 10, nº 03, p. 415 – 134, set/dez. 2008. Disponível em: <www.univali.br/revistaturismo>. Acesso em: 10 de set. de 2009.

FACCO, Benedito. **Cuba: turismo de saúde e turismo**. Disponível em: <<http://www.etur.com.br/>>. Acesso em: 11 de jul. de 2009.

GODOI, Adalto Felix de. **Turismo de saúde: a união entre dois setores da economia, o turismo e a saúde**. Disponível em: <<http://www.etur.com.br/>>. Acesso em: 18 set. de 2008.

GOUVEIA, Carla. BAPTISTA, Martinho. **Teorias sobre a motivação – teorias de conteúdo**. Disponível em: <http://prof.santana-e-silva.pt/gestao_de_empresas/trabalhos_06_07/word/Motivação-Teorias_de_conteúdo.pdf>. Acesso em: 22 de jun. de 2009.

LIGUORI, Fernanda Pereira. **O mercado de SPAS holísticos**. Disponível em: <<http://www.etur.com.br/>>. Acesso em: 18 de set de 2008.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Segmentação, a face multifacetada do turismo**. Disponível em: <http://clientes.tursites.com.br/aviesp.org.br/pdf/Pag_26_1108.pdf>. Acesso em: 29 de jun. de 2009.

Brasil desponta como destino no turismo de saúde. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/cienciaesaude/ultnot/2008/07/08/ult4477u798.jhtm>>. Acesso em: 11 de jul. de 2009.

Turismo de Saúde e Bem-estar. Disponível em: <<http://www.sanusthalassa.pt/consul/conceitos.pdf>>. Acesso em: 11 de jul. de 2009.

Teorias Motivacionais. Disponível em: <http://www.gerenciamento.ufba.br/MBA_Disciplinas_Arquivos/Lideranca/Teorias_Motivacionais_Pontificia_Universidade_Católica_de...pdf>. Acesso em: 22 de jun. de 2009.

Outros:

Essência da Lapinha: Guia do hóspede, 2009

Guia Lapinha Clínica Spa, 2009.

OLIVEIRA, Luzia de. **Dados do perfil do cliente Ago/02 a Jun/09**. Sistema Lapinha Clínica Spa.

ANEXO A – Roteiro Curitiba – Lapinha



ROTEIRO CURITIBA - LAPINHA

Saindo de Curitiba, tomar a BR 476, no sentido de Araucária. Passando pelas cidades de Araucária e Contenda, a próxima cidade é LAPA. Não há necessidade de entrar na cidade da Lapa, depois do trevo, mais ou menos 2 Km adiante será localizado um segundo trevo com as indicações de Campo do Tenente, Rio Negro, BR116 e LAR LAPEANO ou LAPINHA. Nesse trevo entrar à esquerda. Há mais ou menos 16 Km adiante já serão avistadas as placas indicando a entrada para o LAPINHA ou LAR LAPEANO:

"LAPINHA - Entrada a 8 km"

"LAPINHA - Entrada a 1 km"

A entrada para a LAPINHA é à direita e seguem mais 2 km de estrada de chão.



ANEXO B – Modelo de Programação para 7 dias

S E M A N A 17 a 23 de Agosto de 2009

Horários	17/ago SEGUNDA	18/ago TERÇA	19/ago QUARTA	20/ago QUINTA	21/ago SEXTA	22/ago SABADO	23/ago DOMINGO
6:20 - 8h	Alongamento e caminhada longa						
8h-9h	D E S J E J U M						
8:30 - 9:30	Piscina livre						
8:30 - 9:30				Passeio horta			
8:45 - 9:15	Caminhada curta						
9h - 9:30		Lian gong Jardim		Lian gong Jardim			
9h - 10:20	Avaliação comp. corporal Sala de ginástica				Encontro de Nutrição Sala entretenimento	Reavaliação comp. corporal Sala de ginástica	
9h							Missa Moste.o Retorno 11h45 Tour Curitiba Retorno 17h
9:30-10:15	Hidroginástica I						
10:30-11:15	Hidroginástica II						
11:15-11:50	Conhecer a Casa Recepção		Natação p/Iniciantes Piscina	Natação p/Iniciantes Piscina		Recreação na piscina Piscina	
12h-13h	A L M O Ç O						
12h-12:10	Escola Mastigação						
13:30-15:30	s i l ê n c i o e r e p o u s o						
13:30-15:30		Sauna feminina Prédio da piscina		Sauna masculina Prédio da piscina		Sauna mista Prédio da piscina	Filme Sala entretenimento
13:30-17h		Oficina de artes Casa do artesanato		Oficina de artes Casa do artesanato			Piscina livre Até 15h40
14h-14:45	Alongamento Sala de ginástica		Alongamento Sala de ginástica	Oficina de tênis Quadra de tênis	Alongamento Sala de ginástica	Alongamento Sala de ginástica	
14h-17h						Tour Lapa	
15h-15:45	Círculo cardio vascular nível I Sala de ginástica	Fortalecimento abdominal/lombar Sala de ginástica	Círculo cardio vascular II Sala de ginástica	Fortalecimento abdominal/lombar Sala de ginástica	Círculo cardio vascular III Sala de ginástica	Fortalecimento abdominal/lombar Sala de ginástica	
15:30-16h	F R U T A						
15:30-16:30			Exposição produtos Lapinha (refeitório)				
15:30-17:30	Piscina livre			Piscina livre			
15:40-17:40		Sauna masculina Prédio da piscina		Sauna feminina Prédio da piscina			Hidroginástica II 15h40 as 16h30
16h-16:45	Encontro de Nutrição Sala entretenimento	Aula de pão Centro de Produção	Oficina coluna Sala entretenimento	"Desafios da volta p/casa" (Dr. Claudio) Jardim	Aerodance Sala de ginástica		
16h - 16:45		Nordic walking Jardim		Nordic walking Jardim		Nordic walking Jardim	
17h-17:50			Auto-Conhecimento Consciência Corporal Sala entretenimento		Passeio ciclístico Jardim		Boas vindas Sala entretenimento
17h-17:50	Academia livre	Academia livre		Academia livre			
18h-19h	J A N T A R						
19h-20h	Palestra médica Dr. Jona Sala entretenimento	Desfile Vila Margarida Sala entretenimento	Reflexão bíblica Sr. Dieter Biblioteca	Palestra nutrição Waldinez Sala entretenimento	Show Musical Carla Sala entretenimento	Show Musical Sergio Albach e Trio Sala entretenimento	Integração Sala entretenimento
20:15-21:15	Técnica R3 Relaxamento Sala entretenimento	19h30 Palestra ed. Física Sala entretenimento	Universo Musical Clarissa Bruns Sala entretenimento	Dança de Salão Giana Sala de ginástica	Bingo Sala entretenimento		
20h-21:30	Televisão						
20:30-21:30	chá com mel						
21h30	Recolhimento						

OBS: Sauna mediante prescrição médica / Oficina de artes tem custo do material utilizado / Tour inscrições e valores na recepção.

Plantão 15 e 16 de Agosto 2009 22 e 23 de Agosto 2009	Responsável: Luzia Marilia	Médico: Dr. Jona Dr. Claudio	Nutrição: Carolina Waldinez	Atividade Física: Felipe Jean
---	----------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------



Fonte: Fornecido pela Lapinha Clínica Spa durante visita realizada à mesma.

ANEXO C – Massagens

(continua)

Drenagem Linfática Manual: Massagem sutil, realizada pelo método Voder, com manobras suaves e rítmicas. Acelera a circulação linfática, obtendo um efeito desintoxicante e melhoramento da pele (derme e epiderme). Diminui também a celulite. Duração de 45 minutos.

Massagem do Tecido Conjuntivo: Técnica específica de mobilização dos tecidos conjuntivos. Aumenta a mobilidades e liberação destes tecidos e diminui seu potencial de dor. Realizada em toda a extensão da coluna lombar, torácica e cervical, além de ombros e cabeça. Indicada para as tensões musculares em região do pescoço, ombros e costas. Duração de 45 minutos.

Massagem Reflexógena Terapêutica: Massagem relaxante realizada através da reflexologia nos pés e nas costas. Com a estimulação dos pontos específicos, diminui as tensões, dores e contraturas musculares. Duração de 45 minutos.

Massagem de Liberação Muscular: Massagem feita em todo o corpo com o objetivo de liberação do tecido muscular através de manobras específicas, com efeito analgésico e relaxamento sobre o tecido muscular, realizando liberação de tensões e dores musculares localizadas. Duração de 45 minutos.

Shiatsu: Terapia de equilíbrio físico e energético que atua por pressões aplicadas em determinadas áreas e pontos do corpo. Ajuda no alívio das dores musculares com a melhora do sistema circulatório, mobilização do sistema muscular, refletindo também no sistema nervoso pela melhora no estado emocional. Duração de 45 minutos

Tratamento Massoterapêutico com Sal Marinho: Massagem de sal grosso untado com óleo de amêndoas. Esfoliação superficial da pele de todo o corpo para desintoxicação, retirada das células mortas e ativação da circulação periférica. Depois da esfoliação há um banho medicinal para relaxamento da pele e incremento circulatório. Duração de 40 minutos.

Tui-Ná: Massagem tradicional chinesa, tão antiga quanto a acupuntura, com treze tipos de manobras sobre os pontos de acupuntura e canais de energia, além de músculos e articulações, melhorando o fluxo de energia vital. Duração de 1 hora e 15 minutos.

Terapia Tailandesa: Antiga arte da medicina tradicional tailandesa. São exercícios básicos, dentro de uma sequencia muito complexa de pressões nos tecidos moles, alongamentos, torções e manipulação das articulações, auxiliando no alívio das dores musculares e articulares, reduzindo a fibrose músculo tendínea, estimulando a produção de fibras elásticas e melhorando a circulação sanguínea e energética. Duração de 50 minutos ou 1 hora e 40 minutos.

(conclusão)

Terapia Tailandesa dos pés – Nuad Tao: Com óleos e loções especiais e movimentos suaves, os pontos reflexógenos dos pés, joelhos e panturrilhas são ativados. Esta técnica é executada com a pressão dos dedos e do uso de um bastão específico. Com movimentos da massagem tailandesa, liberam-se as tensões dos músculos e das articulações e a energia dos pés e pernas circula livremente por todo corpo. Duração de 50 minutos.

Bamboo Massagem: Técnica que utiliza bambus previamente aquecidos para aumentar a sensação de relaxamento, estimulando glândulas e gânglios, promovendo drenagem linfática e tratando dores musculares, tensões e estresse. Terapia é realizada por fisioterapeuta. Duração de 50 minutos.

Terapia das pedras quentes e frias: utilizada para uma massagem profunda, combinada das técnicas de geoterapia, termoterapia e massoterapia. A temperatura é adaptada individualmente a cada caso. A energia que provém das pedras penetra profundamente nos músculos, permitindo a limpeza, a desobstrução e a normalização do fluxo energético. Indicada para dor muscular, tensão crônica, prisão de ventre, músculos atrofiados, estresse, cólica menstrual, má circulação sanguínea, cansaço, angústia, depressão e obesidade. Terapia realizada por fisioterapeuta. Duração de 50 minutos.

Chiropraticmassagem: Massagem postural corretiva que ajuda a corrigir desvios de postura e ou articulações em geral pela massagem e pequenos ajustes. Terapia realizada por fisioterapeuta. Duração de 50 minutos.

Terapia Oriental Integral: Direcionada conforme a necessidade de cada paciente, com técnicas orientais como moxabustão, shiatsu, acupuntura (auricular = francesa, sistêmica = com agulhas longas, técnica chinesa); quiroacupuntura (palma das mãos, técnica coreana), e alongamento. Terapia realizada por terapeuta holística. Duração de 50 minutos.

ANEXO D – Tratamentos Hidroterápicos

<p>Massagem Subaquática: O paciente permanece imerso na água aquecida (a temperatura da água varia conforme a temperatura ambiente), onde é realizada massagem com jato que percorre o corpo todo. Melhora a atividade circulatória e promove relaxamento muscular. Duração de 25 minutos</p>
<p>Ducha Escocesa: Ducha aplicada a uma distância de 3 a 4 metros do paciente, na temperatura de 32° a 36°, para água quente, e 20° a 26°, para água fria, com efeito estimulante de maneira a produzir uma hiperemia superficial. É indicada para aumento do metabolismo e da resistência contra agentes externos como doenças, gripes e resfriados. Duração de 10 a 15 minutos.</p>
<p>Watsu (Water + Shiatsu): Terapia corporal realizada na água, em piscina aquecida a cerca de 35°, indicada para ansiedade, estresse, dores e relaxamento. Com movimentos suaves e massagens relaxantes, produz sensações de leveza, bem-estar e profundo relaxamento, aumentando a autonomia e a percepção corporal. Terapia realizada por fisioterapeuta. Duração de 45 minutos.</p>
<p>Manilúvio: Banho alternado dos membros superiores, quente e frio, disposto em dois recipientes, um com água morna de 38° a 42° e outro com água fria de 15° a 20°. Indicado para hipertensão arterial, dores anginosas, tendência de mãos frias, dores articulares das mãos, inflamações músculo-tendíneas, principalmente disfunções circulatórias.</p>
<p>Pedilúvio: Banho alternado dos membros inferiores, quente e frio, disposto em dois recipientes, um com água morna de 38° a 42° e outro com água fria de 15° a 20°. Indicado para nervosidade dos jovens, câimbras, cefaléias de tensão, inflamações, locais da pele e articulações, doenças como gota, artrite reumatóide, principalmente disfunções circulatórias.</p>
<p>Sauna Terapêutica: Utilizando tradicionais técnicas de sauna onde se promove o contraste, estimula-se a desintoxicação por via dérmica, revitalização da pele, melhora da circulação e intenso relaxamento. A sauna é livre, mas com indicação médica. Duração de 2 horas.</p>
<p>Banho Terapêutico Aromático: <i>Lavanda</i> – indicado como sedativo, tem ação reflexa através dos órgãos da respiração (aromaterapia). Indicado principalmente nos distúrbios do sono (insônia), estresse, cicatrizante e antisséptico. <i>Rosmarinho</i> – estimulante do sistema nervoso e circulatório. Indicado nas alterações circulatórias sanguíneas, dores reumáticas, contusões, miogeloses, luxações e hipotonia. Temperatura 36° a 37°, variando conforme a idade do paciente. Para estes banhos a duração é de 20 minutos.</p>

Fonte: Adaptado de Essência da Lapinha – Guia do hóspede

ANEXO E – Elementos Do Mayr-Kur

<p>Pão, iogurte e/ou leite: Servidos do desjejum e no lanche. Os pequenos pedaços de pão devem ser mastigados cerca de 40 vezes, até que se dissolva completamente, mas não podendo ser engolido. Deve-se juntar ao pão uma colher de sopa (de sobremesa) de iogurte ou de leite, emulsionando-os com a saliva, e somente depois disso que poderá engolir tudo. Para comer um pequeno pedaço de pão são necessários 30 minutos. Ao sentir o sinal de saciedade a refeição é terminada.</p>
<p>Caldo básico: Servido no almoço e no jantar, de ser tomado, lentamente e emulsionado com a saliva.</p>
<p>Pó básico: Contém minerais importantes que neutralizam os ácidos excedentes do organismo liberados a partir da desintoxicação. O pó é recomendado de manhã e à tarde (entre as refeições) e à noite (antes de dormir) e de ver ser diluído em água na proporção de uma colher das de chá cheia do pó em 200ml de água.</p>
<p>Sal amargo: Com indicação médica a ingestão de uma solução isotônica de sal amargo garante o esvaziamento do intestino durante a terapia dietética intensiva. O sal amargo também é indicado na dieta Bircher-Benner para acelerar a desintoxicação.</p>
<p>Compressa quente: O calor auxilia na desinflamação dos órgãos do aparelho digestivo. Uma toalha é umedecida com água quente e colocada sobre a barriga, na região onde se encontra o fígado. Sobre a toalha coloca-se uma bolsa de água quente. Assim, o paciente deve deitar e relaxar. A compressa quente é feita antes do almoço e, eventualmente, antes de dormir.</p>
<p>Fricção com escova seca: Para a ativação sanguínea, toda manhã, após tomar o sal amargo, é friccionado suavemente todo corpo com o auxílio de uma escova seca. Inicia-se pela planta do pé direito, subindo pela perna até a coxa, esse mesmo procedimento é realizado na perna esquerda. Em seguida passa-se a escova pela mão e por topo o braço direito, e da mesma maneira no braço esquerdo. Por último, utiliza-se a escova no abdome e no tronco.</p>
<p>Terapia manual abdominal: Conjunto de manobras manuais realizadas na região abdominal, de modo suave e rítmico, proporcionando um “treinamento intestinal”. A terapia é realizada pelos médicos do Spa para estimular as funções digestivas e hepáticas, o peristaltismo, as glândulas intestinais, a circulação sanguínea e a respiração. Proporciona também uma drenagem linfática.</p>

Fonte: Adaptado de Essência da Lapinha – Guia do hóspede

ANEXO F – Tratamentos Corporais e Faciais

(continua)

CORPORAIS	FACIAIS
<p>Spa Exfoliante: Fórmula oleosa que permite controlar o nível de esfoliação desejado. Renova, hidrata, suaviza e proporciona elasticidade (com massagem). Duração de 50 minutos.</p>	<p>Hidra System: Hidratação facial com máscara de germe de trigo, óleo de calêndula, alecrim e extrato de óleo de soja. Proporcionando sensação imediata de elasticidade devolvendo o frescor, a suavidade e a firmeza de uma pele profundamente hidratada. Duração de 50 minutos.</p>
<p>Envolvimento Marine Gel – Reafirmante: Algas e água do mar unem-se para conseguir mais poderoso envoltório de reafirmação com um suave marinho. Favorece o descanso e um relaxamento total. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Limpeza de pele: Tratamento com extração feita com produto específico, vapor com ozônio, aparelho de alta frequência e máscara. Duração de 90 minutos.</p>
<p>Banho Marine de Algas: Banho marinho de algas, gel de algas na banheira combinado com óleos essenciais, podendo personalizar o tratamento (tonificação, hidratação e circulação). Duração de 55 minutos</p>	<p>Limpeza de pele com hidratação: Tratamento com extração feita com produto específico, vapor com ozônio, aparelho de alta frequência e máscara hidratante, além de drenagem. Duração de 110 minutos.</p>
<p>Envoltório Marine Pernas Cansadas: Específico para tirar e aliviar os sintomas propósitos das pernas cansadas, eliminando líquidos e toxinas, melhorando o aspecto da pele e proporcionando a sensação de bem-estar. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Tratamento Reafirmante: Máscara de extrato de amêndoa doce que forma uma película tensora e alisa o microrelevo cutâneo. As rugas tornam-se menos perceptíveis. Ajuda a modificar o aspecto da pele flácida de firmeza e tonicidade. Duração de 50 minutos.</p>
<p>Envolvimento Marine Pó – Regenerante: Algas micronizadas e água de mar para conseguir uma importante ação celulítica. Seus efeitos – remineralização, desintoxicação e regeneração celular – juntam-se à ação lipolítica do iodo. Permite à recuperar um adequado equilíbrio em minerais e oligoelementos e ao mesmo tempo eliminar as gorduras acumuladas e toxinas, favorecendo o relaxamento e evitando a fadiga. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Tratamento So Delicate (Pele sensíveis, delicadas e reativas): Hidrata, nutre e reforça a barreira protetora. Proporciona ações antioxidantes e reestruturantes. Indicado para peles facilmente alteradas, com intolerância a produtos cosméticos. Acalma de imediato as incômodas reações próprias das peles sensíveis. Ações: hidratante, nutritiva, ultracalmante e antioxidante. Duração de 50 minutos.</p>

(continua)

<p>Lipomassagem (Lipoescultura através das mãos): Técnica de massagem que atua na gordura localizada. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Tratamento Whitencare: Pele mais clara e luminosa. Realça a luminosidade, dá um tom claro e perfeitamente uniforme, evita a pigmentação intensa, irregular e não desejada, protege e previne a sensibilidade devolvendo o conforto a todas as peles que reagem às condições ambientais.</p>
<p>Lodo Marine Corporal: Mistura de sedimentos marinhos e algas castanhas capaz de absorver toxinas e de proporcionar uma ação descongestionante, estimula a circulação linfática e ativa a circulação sanguínea, normalizando as funções vitais da pele. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Tratamento para pele oleosa ou acneica: Com drenagem linfática. Tratamento com extração, uso de produtos com princípios ativos cicatrizantes, enxofrados com ação reguladora e antibacteriana, extrato glicólico da amoeira branca. Ações: hidratante, reguladora, antialérgica, anti-inflamatória e antirradical livre. Duração de 50 minutos.</p>
<p>Massagem com óleos aromáticos (relaxante): Para aliviar a tensão, relaxar os músculos retesados e doloridos. Ajuda no combate à insônia, atua na circulação e acima de tudo induz uma sensação de bem-estar. Pode também, hidratar e nutrir a pele, além de acalmar as emoções. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Peeling de cristal cosmético (Strategista): Micro cristais de óxido de alumínio, microesferas de turmalina, esferas de quitosan. Renova e ilumina a pele, alisa o relevo cutâneo, minimiza os poros, manchas, miliuns e imperfeições, unifica o tom o tonos tornando-a mais jovem. Duração de 50 minutos.</p>
<p>Talassoterapia na banheira com cristais e óleos essenciais: Elimina toxinas, favorece a circulação sanguínea e linfática e a flexibilidade muscular. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Tratamento contorno de olhos – Timexpert: com solução rápida e eficaz, é o primeiro tratamento profissional em adesivo com microdermoxine, que atua com eficácia sobre o contorno dos olhos e entre os olhos, combatendo as linhas de expressão, rugas e olheiras. Ações: neutraliza os efeitos das microtensoes dérmicas, preenche as linhas e rugas, clareia as olheiras, relaxa e descongestiona. Ativos: microdermoxine, extrato de semente de soja. Testados dermatologicamente e oftalmologicamente. Duração de 35 minutos.</p>

(continua)

<p>Tratamento Spa Deluxe Coffe (Redutor e Reafirmante): Mascara à base de extrato de café, que define o contorno do corpo e ajuda a pele a recuperar a elasticidade e firmeza. Apresenta uma suave textura e um aroma de café que estimula os neurosensores. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Tratamento Vip – Antiestresse e Oxidante (Rosto, colo e pescoço): Peeling com esfoliante scrub, combinado com brossagem e vapor, massagem, máscara e drenagem. Duração de 80 minutos.</p>
<p>Ultra Derm Spa: Aplicações com aparelho de vacuoterapia. Atuam na circulação, promovem relaxamento e atenuam problemas de gorduras localizadas e celulite. Várias aplicações também ajudam a modelar o corpo. Duração de 55 minutos.</p>	<p>Timexpert Lift: Inovação em lifting cosmético. Um tratamento para firmeza e perda de volume. Baseia-se nas revolucionárias fórmulas que unem ações complementares para dar uma resposta inovadora e eficaz aos sinais visíveis de envelhecimento. Indicado para idades a partir de 35 anos.</p>
<p>Banho de Leite – (Banheira): Banho de leite me forma de mousse sedoso que leva a um mundo de sensações que acaricia a pele umedecida e lhe transfere as suas virtudes hidratantes e nutritivas. Duração de 50 minutos.</p>	
<p>Banho de Uva Roxa (Banheira) (Baseado nos múltiplos benefícios da vinhoterapia): Envolvimento corporal com base de extrato de uva roxa. A uva possui uma poderosa ação contra os radicais livres graças ao polifenóis que se concentram na polpa. Propriedades antioxidantes e antienvelhecimento. Duração de 50 minutos.</p>	
<p>Envoltório de Leite: Envoltório corporal que proporciona à pele propriedades hidratantes e nutritivas, graças a ação das proteínas do leite e do colágeno marinho. Duração de 55 minutos.</p>	
<p>Tratamentos Spa Deluxe Chocolate: Envolvimento corporal com cacau, que ajuda a melhorar a silhueta e o aspecto da pele de “casca de laranja”. Duração de 55 minutos.</p>	
<p>Massagem misteriosa Turquia: Massagem do Oriente (com pindas). Técnicas de massagem sensorial que ativa a circulação, promovendo um confortável estado de relaxamento.</p>	

(conclusão)

<p>Vichy: Tratamento hidroterápico. Aplicações de vários jatos de água que atuam dos pés à cabeça, variando a pressão e a temperatura da água. As aplicações são associadas a uma massagem na ducha com 40 minutos de duração. Favorece a circulação sanguínea e a contratura muscular. Alcança o máximo de bem-estar.</p>	
---	--

Fonte: Adaptado de Essência da Lapinha – Guia do hóspede

ANEXO G – Atividades Físicas

<p>Nordic Walking: Caminhada com apoio de dois bastões que surgiu na Finlândia para facilitar o deslocamento na neve e posteriormente tornou-se esporte. Intensifica o trabalho muscular e o gasto calórico é 20% superior ao da caminhada normal.</p>
<p>Alongamento: Conjunto de técnicas utilizadas para aumentar a amplitude de movimentos, através da flexibilidade. Proporciona o desenvolvimento da consciência corporal, a melhora da postura e a redução das tensões articulares.</p>
<p>Lian Gong: Técnica que une a medicina terapêutica tradicional chinesa e cultura física, que para os chineses significa o fortalecimento harmonioso do corpo, permitindo o pleno funcionamento e utilização dos músculos, tendões e ossos.</p>
<p>Hidroginástica: Programa de condicionamento, desenvolvido na água, que inclui exercícios aeróbicos e exercícios para o desenvolvimento da resistência muscular localizada, força muscular e flexibilidade.</p>
<p>Ginástica localizada: Exercícios localizados para diferentes regiões do corpo, fortalecimento de maneira intensa membros superiores e inferiores.</p>
<p>Pilates de solo: Sistema de treinamento corporal no solo, que fortalece a musculatura mais profunda até a mais periférica e melhora a postura corporal. O Pilates alonga os músculos encurtados e aumenta a mobilidade das articulações.</p>
<p>Circuito cardiovascular: Composto por uma série de 10 exercícios trabalhando o corpo. Com a frequência cardíaca elevada a níveis seguros e a união dos sistemas aeróbico e anaeróbico, este treino tem gasto calórico elevado.</p>
<p>Caminhada: Primeira atividade do dia, e a mais importante, levando-se em consideração o gasto calórico. Além disso, caminhar em jejum traz benefícios para o corpo. Começa com um alongamento às 6h20, seguindo a caminhada, o alongamento final, o passeio pelo Tanque de Kneipp e, por último, um relaxamento no jardim. Durante a semana os trajetos são diversificados.</p>

Fonte: Adaptado de Essência da Lapinha – Guia do hóspede

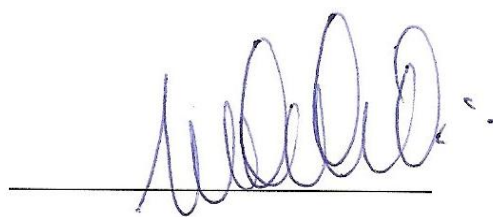
ANEXO H – Termo de Autorização para uso do nome

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Por meio deste, solicito a permissão formal para utilizar o nome da Lapinha Clínica & Spa, bem como as visitas realizadas ao local, e o material fornecido, no desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso que tem como tema a Turismo de Saúde, um estudo de caso da Lapinha Clínica & Spa, Lapa (PR), elaborado pela aluna Amanda Fritz como requisito para a obtenção da graduação em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa (PR).

E por estar de acordo, firma o presente

Lapa, 19 de outubro de 2009



Lapinha Clínica & Spa

LUIZ ANTONIO M. DE AZAMBUJA
CPF - 483.717.009-49
CRC-PR 038301/R-7