

O turismo de bem-estar como possibilidade de desenvolvimento de um *cluster* turístico: a proposta do Vale Do Paranhana – Rio Grande do Sul

The tourism of welfare as a possibility of development of a tourist cluster: the proposal of the Paranhana Valley - Rio Grande do Sul

Álvaro Luís de Melo Machado

Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – Taquara – Rio Grande do Sul - Brasil

Maximilianus Andrey Pontes Pinent

Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – Taquara – Rio Grande do Sul - Brasil

Resumo: Este artigo tem por finalidade uma revisão conceitual sobre as características do turismo de bem-estar demonstrando sua amplitude para além do segmento de turismo de saúde, com ênfase, na perspectiva de promoção como destino o cluster turístico na Região Turística Vale do Paranhana, no Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. O objetivo foi evidenciar a aproximação entre os saberes da saúde, do bem-estar, da qualidade de vida e do turístico no emprego das seis dimensões de bem-estar como oferta de produtos de viagem e turismo. Para tanto, a presente pesquisa, quanto aos objetivos, é exploratória e descritiva e, quanto aos procedimentos técnicos, é estudo de caso, bibliográfica e documental. Quanto à abordagem do problema, é qualitativa e, quanto ao método do trabalho, é dedutivo. Os procedimentos metodológicos consistiram inicialmente na busca em bases de dados de pesquisas relacionadas ao tema, sendo utilizadas as palavras chave: bem-estar, viagens, destino de bem-estar, prazer, relaxamento e autoconhecimento fora do seu cotidiano. Contemplou também documentos que caracterizam o Direcionamento Estratégico do Turismo Regional do Vale do Paranhana. Foram identificadas e classificadas as pesquisas que resultaram em 24 estudos e documentos relacionados ao tema. Na sequência, foi realizada uma análise do referencial teórico de diversas pesquisas de autores que buscaram compreender os temas e estabelecer uma correlação entre os estudos. Por fim, foram descritas e evidenciadas as contribuições dos diversos autores e os respectivos resultados apresentados decorrentes das pesquisas. As conclusões deste estudo são apresentadas após a discussão dos conceitos analisados. Por fim, o estudo realizado contribui para a compreensão das dimensões do bem-estar como propósito para o desenvolvimento do turismo. Este artigo está dividido em três partes, a primeira trata sobre os conceitos de bem-estar, a segunda sobre o Vale do Paranhana, a terceira, sobre o segmento de turismo de bem-estar e, por fim, os resultados demonstrados na interpretação dos conceitos aplicados na organização no destino turístico caso de estudo.

Palavras-chave: Turismo de Bem-estar. Terapias alternativas. Vale do Paranhana. Saúde.

Abstract: This article aims at a conceptual review on the characteristics of wellness tourism demonstrating its breadth beyond the health tourism segment, with emphasis on the perspective of promotion as destination the tourist cluster in the Paranhana Valley Tourist Region, in the State of Rio Grande do Sul, Brazil. The objective was to highlight the approximation between the knowledge of health, well-being, quality of life and tourism in the use of the six dimensions of well-being as the provision of travel and tourism products. For this, the present research, regarding the objectives, is exploratory and descriptive and, as for the technical procedures, it is a case study, bibliographical and documentary. As for the approach to the problem, it is qualitative and, as far as the work method is concerned, it is deductive. The methodological procedures initially consisted of searching databases of research related to the theme, using the keywords: well-being, travel, the destination of well-being, pleasure, relaxation, and self-knowledge outside of their daily life. It also reviewed documents that characterize the Strategic Direction of Regional Tourism of the Paranhana Valley. The searches that resulted in 24 studies and documents related to the topic were identified and classified. In the sequence, an analysis of the theoretical reference of several types of research of authors that sought to understand the subjects and establish a correlation between the studies was carried out. Finally, the contributions of the different authors and the respective results presented by the research were described and evidenced. The conclusions of this study are presented after the discussion of the analyzed concepts. Finally, the study contributes to the understanding of the dimensions of well-being as a purpose for the development of tourism. This article is divided into three parts, the first one deals with the concepts of well-being, the second one about the Paranhana Valley, the third, about the welfare tourism segment and, finally, the results demonstrated in the interpretation of the Concepts applied in the organization in the tourist destination study case.

Keywords: Tourism Wellness. Therapy alternatives. Paranhana Valley. Health and Wellness.

1 Introdução

O turismo é constantemente apresentado como um potencial fator de desenvolvimento econômico para municípios, regiões e países. Porém, como uma atividade múltipla e sendo compreendida como um modo de relações entre pessoas, que permite o desenvolvimento de elos sociais entre os indivíduos, o turismo pode ser estudado sob um outro viés, buscando uma dimensão humana e social, focada no desenvolvimento dos processos que contribuam para a sensação de bem-estar.

Tal questão se apresenta extremamente atual, visto que uma das tendências do tempo moderno é o número crescente de pessoas que buscam meios para um cuidado maior consigo, seja adotando um modo de vida mais saudável, cuidando da alimentação e buscando atividades físicas regulares, seja buscando experiências pessoais pela meditação, relaxamento e novas maneiras de viver a espiritualidade e o encontro consigo.

Essa tendência está diretamente relacionada ao constante processo de envelhecimento da população mundial, que deverá gerar altas taxas de cidadãos com mais de 60 anos nos próximos anos, conforme IBGE (2016, p.16)¹. De acordo com o Banco Mundial (2011, p. 10) a população idosa no Brasil “[...] irá mais do que triplicar nas próximas quatro décadas, de menos de 20 milhões em 2010 para aproximadamente 65 milhões em 2050”. Tal característica afetará profundamente o sistema de saúde baseado no tratamento de doenças. Além disso, conforme Proulx (2005 p. 5) “o indivíduo pós-moderno busca uma melhor qualidade de vida, se ocupa da saúde de seu corpo e de seu espírito”.

¹ Conforme o índice de envelhecimento do IBGE (2016), que registra o número de pessoas de 65 ou mais anos de idade, para cada 100 pessoas menores de 0 a 14 anos de idade, expresso em percentual, mede o número de pessoas idosas em uma população, para cada grupo de 100 pessoas jovens (Índice de envelhecimento = $(\text{Pop}_{65+} / \text{Pop}_{0-14}) * 100$). O Brasil saiu de um percentual de 5,83, em 1950 para 19,77, em 2000. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2015), o percentual atual, de 12,5% da população brasileira com mais de 60 anos, projeta-se alcançar 30% em 2050, atingindo o “crescimento zero” em 2039 (taxas de crescimento populacional negativas, representando declínios absolutos da população). Fonte: IBGE (2016).

Assim, o caminho adequado é o investimento pessoal e coletivo, privado e público, não apenas no tratamento, mas na prevenção das doenças. O objetivo final de tal promoção é desenvolver processos que conduzam à sensação de bem-estar ou seja, a um “estilo de vida que pode ser considerado como um estilo de vida preventivo” (RIBOUNOU, 2014, p. 3).

Os novos conceitos que envolvem a percepção do estado de saúde são reforçados por Buss (2000, p. 174) ao indicar que “a nova concepção de saúde importa uma visão afirmativa, que a identifica com bem-estar e qualidade de vida, e não simplesmente com ausência de doença”. Segundo o autor a saúde deixa de ser um estado estático, biologicamente definido, para ser compreendida “como um estado dinâmico, socialmente produzido” (2000, p. 174).

Tal questão responde aos novos conceitos sociais que buscam uma mudança no modo como cuidamos de nós mesmos, não só fisicamente, mas também da mente, do espírito, da sociedade e do planeta.

Essa visão é reforçada por Santos e Westphal (1999) ao afirmarem que a saúde pessoal ou coletiva se relaciona com a criação humana, integração social, políticas sociais, “inclusive dos próprios mecanismos de atenção à doença, do ensino da medicina, da enfermagem, da educação, das intervenções sobre o meio ambiente” (SANTOS; WESTPHAL, 1999, p.75).

Essa nova consciência induz à percepção da construção social de saúde pública, por vários atores sociais que se tornam uma parte integrante do processo de saúde e de indução de qualidade-de-vida e da sensação de bem-estar.

É importante compreender Barry (2014) que afirma que as pessoas que adotam tal modo de vida, cuidando da alimentação, utilizando regularmente de atividades físicas e realizando períodos de meditação ou de relaxamento desejam conservar tais hábitos quando em viagem, criando, assim, um novo nicho de turismo. É sob este argumento que se baseia o presente artigo, tendo como objetivo analisar a proposta da região do Vale do Paranhana, no estado

do Rio Grande do Sul de se organizar como um cluster de turismo de bem-estar.

Para tanto foi realizada uma pesquisa bibliográfica buscando compreender o construto da relação entre turismo e bem-estar que permitirá criar uma linha condutora para a criação do novo conceito e a compreensão dos produtos associados ao turismo de bem-estar. Foi feita também uma análise do documento Direcionamento Estratégico do Turismo no Vale do Paranhana que propõe a estruturação da região como destino de bem-estar. Como objetivos específicos destaca-se (1) a investigação dos conceitos que identificam o segmento de turismo de bem-estar, suas semelhanças e diferenças com segmentos como turismo de saúde e turismo médico; (2) identificar produtos e características próprias do segmento; e, (3) caracterizar o bem-estar nas diretrizes estratégicas do turismo regional no Vale do Paranhana.

A associação entre o sentimento de bem-estar e as viagens parece ser de fácil assimilação visto que se entende o tempo de férias como um tempo de descanso e de repor energias. Porém, é importante analisar os resultados da pesquisa executada pela *Spa Finder Wellness* (2014) que indica que 85% dos turistas entrevistados voltariam das férias menos descansados que antes da partida. A pesquisa citada ainda apresenta dados que demonstram um interesse dos turistas por programas associados ao bem-estar nas viagens, dentre tais viajantes, 87% indicam um desejo maior por alimentação sadia, 82% desejam tratamento com massagens e cuidados de SPA, 82% querem ter contato com a natureza, 73% querem práticas ecológicas, 54% esperam programas de recuperação de sono, 70% gostariam de ir a centros de exercícios e 47% gostariam de praticar meditação.

Cabe aqui dispor da premência do conceito de bem-estar no cotidiano de viajantes adeptos de quaisquer segmentos aos quais se dispõem consumir. Além disso, é importante relacionar bem-estar com turismo uma vez que conforme constatado em pesquisa realizada pela *Stanford Research Institute* – SRI (2013), ao questionar os consumidores o que fazem para manter ou aumentar seu bem-estar

pessoal, *tirar férias* aparece entre os cinco pontos mais citados pelos sujeitos.

Assim, as férias e as viagens turísticas fazem parte dos desejos que devemos satisfazer para viver em saúde e bem-estar uma vez que a associação entre a indústria do bem-estar e a indústria do turismo acaba gerando um novo produto com características próprias capazes de atender à essa demanda. Tal caminho é compreendido por Baião da Costa (2010) ao afirmar que o indivíduo ao ter consciência dos problemas cotidianos e ao perceber a necessidade de ter uma melhor qualidade de vida, seja a nível físico, mental ou espiritual, procura novas formas de satisfazer essa necessidade.

Cabe lembrar que para muitos, o turismo de bem-estar pode representar um agregado à viagem, porém, é possível identificar um público que encontra nas práticas de bem-estar o principal atrativo da mesma. Dessa forma é possível identificar duas categorias de turista de bem-estar: O *turista de bem-estar primário* cujo propósito motivacional para a viagem e para escolha do destino é o bem-estar e o *turista de bem-estar secundário* que procura manter ou aproveitar a viagem para participar de experiências de bem-estar enquanto vivencia a motivação de outro tipo de viagem.

Certo, é compreender que tal entendimento é baseado em valores subjetivos e pessoais, que conduzem à sensação do bem-estar de maneira privada, incomparável ao bem-estar do outro. Pensar em bem-estar, seria assim, pensar em conceitos individuais e coletivos, materiais e imateriais, objetivos e subjetivos. É entender que cada um determina a si mesmo o seu estado de bem-estar. Além disso, é importante diferenciar a sensação de bem-estar quando captada no momento presente, às vezes transitório, ou como um sentimento de vida e, portanto, permanente.

Falar de bem-estar pode, também, estar relacionado às necessidades emocionais e espirituais do indivíduo, introduzindo, segundo Proulx (2005) elementos de diferentes domínios da vida corrente como exercícios físicos, controle do nível de estresse, alimentação saudável, características do local de

moradia e arredores, a autoestima, os contatos sociais, o lazer e a possibilidade de viajar nas férias.

Turismo de bem-estar é, também, uma opção pela liberdade que faz referência à possibilidade de viver de uma nova maneira mesmo que por tempo limitado, o tempo turístico e à possibilidade de encontrar a si mesmo refletindo sobre sua identidade, aceitação pessoal e das diferenças.

A importância do segmento pode ser melhor expressa ao se perceber o que indica a SRI (2013) ao afirmar que os viajantes de bem-estar representam 6% de todas as viagens e respondem por 14% de todo o gasto com turismo. Há uma tendência de que o viajante de bem-estar seja de melhor poder econômico, com mais alto nível de educação e com maior gasto em viagem.

2 O conceito de bem-estar

O bem-estar assume atualmente tal importância que é apresentado pelo *McCann Truth Central* (2013, p.3) como “um direito fundamental do homem”. Para o *Global Wellness Institute* (2013) a palavra bem-estar começou a se popularizar na década de 1970 e tem se tornado conhecida ao longo dos últimos anos. A SRI (2010) indica que o termo bem-estar é recente, porém com uma raiz antiga já que aspectos de bem-estar estão presentes em diversos movimentos intelectuais, religiosos e médicos e seu entendimento já era percebido nas civilizações da Grécia, Roma e Ásia.

De acordo com Proulx (2005) bem-estar se refere à sensação de prazer e de felicidade que resulta da satisfação de seus desejos e da ausência de inquietudes. Para Giacomoni (2004) é difícil definir bem-estar sugerindo que o mesmo é um conceito presente em uma pessoa que apresente satisfação com a vida, com frequente afeto positivo e a relativa ausência de afeto negativo. Baião da Costa (2010) contribui com a compreensão do bem-estar ao indicar que o mesmo:

“é claramente um conceito complexo, e tem como objetivo criar o equilíbrio mental, físico e espiritual necessário, ou proporcionar uma

melhor saúde em geral, tendo laços fortes com a mudança de estilo de vida, quebrando o estresse do dia-a-dia e proporcionando melhor qualidade de vida” (BAIÃO DA COSTA, 2010, p.36).

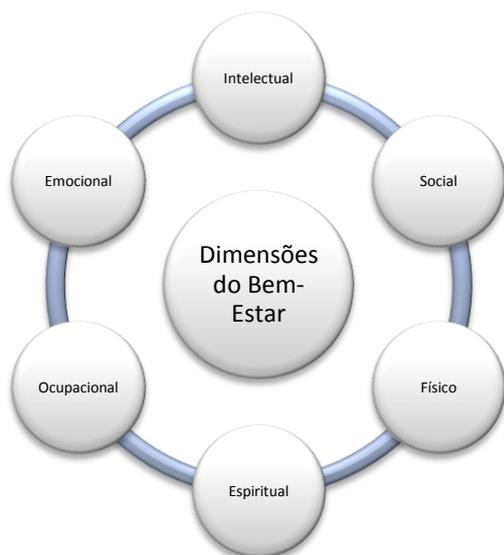
Baseada em tais conceitos é possível identificar que a sensação de bem-estar é pessoal e está diretamente relacionada à possibilidade de satisfação de desejos e à percepção de melhor qualidade de vida. Ao buscar uma melhor compreensão do bem-estar, a SRI (2010, p.2) identifica o mesmo como sendo:

Figura 1 - Enquadramento de bem-estar

<p>Multidimensional</p> <p>Incorpora as seis dimensões relacionadas à sensação de bem-estar: espiritual, físico, mental, emocional, social e ocupacional;</p>	<p>Holístico</p> <p>Foca o bem-estar de uma pessoa em seu caráter integral enfatizando aspectos como mente, corpo e espírito trabalhando em harmonia;</p>
<p>Constantemente Mutável</p> <p>Não é um estado estático estando em constante busca de melhores níveis;</p>	<p>Individual</p> <p>Conceito pessoal, porém influenciado pelas condições externas;</p>
<p>Influenciado pelo ambiente</p> <p>Relacionado às condições do ambiente;</p>	<p>Autorresponsável</p> <p>Cada ser tem a responsabilidade de cuidar de si incorporando comportamentos capazes de promover um alto nível de saúde.</p>

Fonte: SRI (2010).

Para Hettler (2010) o bem-estar é um processo ativo pelo qual as pessoas fazem escolhas para uma existência mais próspera. O autor contribui também, ao apresentar as seis dimensões que compõem o bem-estar conforme a figura 1, reforçando a ideia multidimensional do mesmo:

Figura 2- Dimensões do Bem-Estar

Fonte: National Wellness (2017).

Baseados em tal conceito, podemos identificar que bem-estar está relacionado à dimensão física ao combinar exercícios e boa alimentação. Cabe também nessa dimensão pensar o bem-estar em uma visão ampla de cuidados como evitar fumar, beber álcool moderadamente e dormir bem. A dimensão espiritual busca propósitos positivos para nossa existência, utilizando de técnicas e ferramentas que conduzam ao autoconhecimento e à aceitação de si e do outro, estando com a mente aberta e não fechando seus pensamentos em si mesmo.

A dimensão intelectual está relacionada à possibilidade de ser criativo e estimular atividades mentais. Busca novas possibilidades em trabalhos de grupos, workshops temáticos, leituras, viagens e novas perspectivas. A dimensão social contribui com ações comunitárias e ambientais entendendo que é melhor estar associado aos outros do que em conflito com os outros. A dimensão emocional trabalha a aceitação e estima pessoal, mantendo bons pensamentos e uma visão positiva da vida. Finalmente, a dimensão ocupacional busca a satisfação e o enriquecimento pessoal pelo trabalho, que deve ser algo prazeroso, buscando atingir metas pessoais e estar em constante crescimento.

Assim, a sensação de bem-estar completo estaria associada à satisfação em cada dimensão. Para melhor compreensão do significado de bem-estar a SRI (2010) realizou uma pesquisa com

operadores e usuários de SPAs que identificaram termos como qualidade de vida, exercícios físicos, felicidade, balanço emocional, relaxamento e redução de estresse como termos próximos à ideia de bem-estar. Para Corbin e Pangrazi (2001) bem-estar seria “um estado multidimensional que indica a existência de saúde positiva em um indivíduo percebida como qualidade de vida e senso de bem-estar” (CORBIN; PANGRAZI, 2001, p.3). É importante reforçar a ideia dos autores quando afirmam que bem-estar não é fitness; é o que você é e não o que você faz; e não é uma forma de medicina alternativa.

A definição do Conselho da Europa – COE² para bem-estar, indica que o mesmo:

É um produto de inter-relações complexas entre bens materiais e bens imateriais, entre bens privados e bens públicos, entre vida/espço privados e vida/espço públicos, entre equilíbrios pessoais e equilíbrios sociais (COE, 2010, p.72).

O presente conceito possui uma perspectiva ampla do bem-estar, incluindo a produção e preservação de bens materiais comuns (econômicos, ambientais, etc.) e imateriais (instituições públicas, governanças locais, capital social, etc.), o desejo de uma responsabilidade mútua e de uma crescente solidariedade entre as gerações. Trata, na verdade de uma responsabilidade mútua e colaborativa que “milite no senso de interdependência entre bem-estar individual e retidão social em uma perspectiva durável” (COE, 2010, p.72).

Assim é importante perceber o papel de políticas públicas de bem-estar a serem pensados em uma visão de coletividade e de futuro. Nessa perspectiva, desenvolver um destino de bem-estar deve contemplar ações que possibilitem a adoção de processos que induzam ao bem-estar coletivo. Conforme prega o rei Butanês Jigme Singya Wangchuck desde 1972 no programa Felicidade Interna Bruta (FIB), que se baseia “[...] no princípio de que o verdadeiro desenvolvimento de uma sociedade humana surge quando o desenvolvimento espiritual e o desenvolvimento material são simultâneos (GNH,

² Organização intergovernamental agrupando 47 países do continente europeu.

2007). Nessa perspectiva, Breda (1997) indica que o bem-estar está diretamente relacionado à possibilidade de o indivíduo participar da vida social, sua integração na sociedade moderna, à possibilidade de satisfazer suas necessidades e à possibilidade de emancipação pessoal. Dessa forma, é possível dizer que bem-estar significaria estar adaptado à sociedade onde vive, participar de sua cultura e seus valores podendo desenvolver uma individualidade capaz de fazer frente às adversidades.

Cunha (2006) analisa o bem-estar por outro viés ao indicar o mesmo como “o estado de equilíbrio do corpo, espírito e mente, alcançado através dos cuidados de beleza, de nutrição saudável, do relaxamento e atividade mental” (CUNHA, 2006, p.81). Tal definição possibilita uma percepção inicial de novos produtos associados ao segmento, principalmente ligados à beleza e cuidados pessoais. Essa visão ampla também contempla a percepção de Messerli et al., (2004) que, ao identificarem características do bem-estar, indicam que suas atividades procuram assegurar “uma concepção holística para manter o corpo e a mente saudáveis, ou seja, encara a pessoa como um todo e não trata uma doença”.

O autor vai além ao identificar o bem-estar como uma situação de liberdade positiva, distinguindo dois sentimentos subjetivos de bem-estar: um componente afetivo ligado ao estado emocional, ao fato de sentir-se bem e um componente cognitivo ligado à impressão pessoal da situação individual.

A fim de captar a compreensão de bem-estar, a pesquisa aplicada em 7000 pessoas pelo *MacCann Truth Central* (2013), em 7 países, incluindo o Brasil, indica que 86% das pessoas acreditam ter o poder de mudar seu nível de bem-estar e que 74% acreditam que viver em bem-estar se tornará mais importante no futuro, o que indica que o termo bem-estar é um conceito atual e amplamente assimilado pela sociedade.

É possível perceber que as várias definições de bem-estar remetem ao interesse pessoal nos cuidados de saúde e na adoção de um estilo de vida

baseado na prevenção da doença e na promoção da sensação de bem-estar, conduzindo, segundo Baidão da Costa (2010) a um estado em que as pessoas conseguem a “harmonia entre o corpo e a mente, aumentando a sua qualidade de vida e a sua satisfação pessoal, tornando-se no resultado de um esforço de prevenção da doença” (p. 38).

Os conceitos modernos de bem-estar estão além da ideia de prosperidade, englobando novos aspectos não-materiais. Ribounou (2014) contribui com esse entendimento ao indicar que “não se trata somente de tomar consciência e fazer as coisas, mas sobretudo de tomar conta de si mesmo” (p.3). Por ser um conceito subjetivo e amplo é de fácil compreensão que cada um determine o seu estado de bem-estar.

Enquanto o crescimento material mede as necessidades humanas em função de aquisições materiais, insaciáveis, os princípios da simplicidade voluntária (consumo frugal, consciência ecológica e crescimento pessoal interior) conduzem à valorização das necessidades não materiais de autorrealização, altruísmo e relações interpessoais ditadas pelo ser. Tal mudança parece não ser restritiva, mas, pelo contrário, libertadora e enriquecedora, ao entendermos que as dimensões fundamentais de escassez na vida humana não são econômicas, mas existenciais.

O bem-estar estaria, assim, associado a um equilíbrio e uma harmonia na vida cotidiana, abrangendo as necessidades psíquicas, mentais e sociais, além das necessidades emocionais e espirituais do indivíduo.

3 Paranhana: destino de bem-estar

O Vale do Paranhana está localizado na Serra Gaúcha e é composto pelos municípios de Taquara, Parobé, Riozinho, Igrejinha, Três Coroas e Rolante. A região tem como governança local o Fórum Regional de Turismo coordenado pelo Curso de Turismo das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT, desde sua instituição.

O Vale do Paranhana é uma região de atrativos turísticos variados. No setor de compras,

podem ser encontradas diversas lojas de calçados e confecções, vinhos produzidos artesanalmente degustados nas pequenas cantinas familiares no Caminho das Pipas, a típica gastronomia dos imigrantes alemães, a prática segura de esportes de aventura, como cicloturismo, rafting, rapel, trekking, passeios e mergulhos em cascatas e nas áreas pertencentes à Reserva da Mata Atlântica e, além das festas regionais como a Oktoberfest de Igrejinha, a Expocampo de Taquara, a Kuchenfest e Festival do Chopp de Rolante.

No ano de 2015, foi elaborado o documento Direcionamento Estratégico do Turismo Regional, coordenado pelo Fórum Regional de Turismo, discutido em 06 oficinas temáticas e que contou com a participação de mais de 100 representantes de entidades e empreendimentos locais e que propôs como visão de mercado da região:

Com uma grande diversidade de atrativos e produtos turísticos, oferecendo a oportunidade de viver a grande experiência de encontrar o que há de mais importante em sua vida: Você mesmo! Vivencie experiências inesquecíveis de bem-estar relacionadas à cultura, à natureza, ao ambiente rural, aventura e religiosidade. Paranhana, Vale das Experiências: apurando sentidos, ampliando limites! (PARANHANA, 2015, p. 14).

Baseado no posicionamento de mercado, o direcionamento estratégico indica a opção pelo bem-estar como fator de atração regional, induzindo à ideia da construção um cluster de (BENI, 2003, p.74)³ de turismo de bem-estar. Diante disso, surge como visão de futuro “consolidar o Vale do Paranhana como uma região reconhecida pela diversidade de experiências de turismo focado no bem-estar, tornando-se uma nova referência no RS nos próximos 5 anos” (PARANHANA, 2015, p.14). Cabe lembrar que o Vale do Paranhana já havia definido o turismo de experiência como um fator de atração turística, retomando tal rumo ao indicar a experiência do ser

como propulsor do turismo local baseado no bem-estar.

A ideia central induz à implantação de gestão que vise a afirmação de tal realidade. Para tanto indica caminhos como o fortalecimento do Fórum Regional de Turismo, a criação do *Convention & Visitors Bureau* Vale do Paranhana como entidade responsável pela coordenação do cluster e incentivando a criação e fortalecimento dos conselhos e planos municipais de turismo. Como processos estratégicos foram apontados a promoção de educação empreendedora e a potencialização da geração de novos negócios focados no bem-estar. Tal ação foca na realização de oficinas, cursos de extensão, seminários e workshops capazes de disseminar a ideia da construção dos processos de bem-estar como ponto estratégico na organização do turismo local focado na construção coletiva do bem-estar e qualificando profissionais e empreendedores.

A implantação do *cluster* terá por objetivo promover a atração de novos serviços e programas, trabalhando para situar a região como destino de bem-estar. É também função da governança do *cluster* propor relações de cooperação entre os diversos empreendimentos, aproximando profissionais ligados ao bem-estar das destinações existentes.

Um importante processo envolve a mobilização dos ativos de bem-estar da região, facilitando as relações de cooperação, criando novas oportunidades de negócios entre os membros locais. Para tanto é fundamental o conhecimento das atividades, destinações e serviços possíveis de integrarem o processo de desenvolvimento do *cluster* local. É ação da governança incentivar a criação de uma infraestrutura adequada pela região que possibilite gerar uma imagem positiva como destino de bem-estar.

4 O turismo de bem-estar

É comum associar o tempo de férias com uma temporada de má alimentação, excessos, estresse, consumo exagerado de álcool e interrupção dos

³ Cluster turístico é o conjunto de atrativos turísticos, concentrado num espaço geográfico delimitado dotado de equipamentos e serviços de qualidade, de coesão social e política, de articulação da cadeia produtiva e de cultura associativa, de empresas que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas. (BENI, 2003, p.74).

exercícios físicos regulares. Em contrapartida Ribounou (2014) indica que com a demanda crescente por um estilo de vida mais saudável se constata “um interesse por viagens que conduzam a uma vida mais sadia”.

O *Global Wellness Institute* (2013 p.3) sugere que o turista de bem-estar realiza uma “viagem associada a busca de manter, gerenciar ou melhorar o seu bem-estar pessoal”, possibilitando uma ruptura com a vida habitual no que se refere ao desejo de desconectar-se, de escapar do ritmo de vida cotidiana, motivados pelo desejo de uma vida saudável, reduzindo o estresse e ocupando seu tempo com hábitos saudáveis e experiências autênticas, proativas, voluntárias e não-invasivas.

Uma vez que o indivíduo contemporâneo busca melhor qualidade de vida, focando em cuidados com a saúde, com o corpo e com o espírito, tende a integrar hábitos saudáveis e atividades em suas viagens, já que tal comportamento, uma vez assimilado e transformado em parte vital da vida cotidiana será mantido pelo visitante, o que demanda uma nova possibilidade de oferta turística realimentada, formando a base para o crescimento do turismo de bem-estar que trata-se de uma indústria em pleno crescimento, situada entre “a prevenção da saúde, a estética e o lazer, fundada sob o culto de um certo hedonismo” (BARREAU, 2011, p.1). Assim, o tempo turístico faz parte das necessidades que se deve satisfazer para se atingir a sensação de bem-estar.

Turismo de bem-estar seria então um turismo pró-ativo, que possibilita que sejam incorporadas atitudes e atividades que impeçam doenças, melhorem a saúde, a qualidade de vida e conseqüentemente a sensação de bem-estar. Os benefícios oriundos de uma viagem de bem-estar se situam no plano da saúde física e mental e também no plano da espiritualidade, do desenvolvimento da pessoa e de sua identidade, dos processos de socialização e de coesão social.

A compreensão do turismo como fator de bem-estar é múltipla e varia de acordo com a natureza da viagem e das atividades praticadas. Parece que o

caminho mais adequado seria basear os conceitos nas características e motivações dos viajantes e não nas características dos destinos visitados, distinguindo assim, os *verdadeiros* turistas de bem-estar daqueles que visitarão um centro de bem-estar ou realizarão atividades específicas apenas como um suplemento de sua viagem.

Para uma melhor compreensão do turismo de bem-estar é necessário também fazer a diferenciação conceitual desse segmento com o turismo de saúde e o turismo médico, para diferenciar o público de tais nichos. Nessa tentativa, cabe identificar características como as apresentadas pelo *Global Wellness Institute* (2013) conforme quadro 1:

Quadro 1 - Características do turista de saúde e do turista de bem-estar

Turismo de Saúde	Turismo de Bem-estar
<ul style="list-style-type: none"> - Reativo - Paciente - Em geral pessoas que estão doentes - Viagem para receber tratamento de uma doença diagnosticada, ou condição de saúde frágil ou para buscar aprimoramento da saúde. - Motivado por desejo de reduzir custos com tratamentos, busca de alta qualidade e melhor acesso ao tratamento, e/ou não possibilidade de realizar cuidados em casa. - Atividades relacionadas à doenças, necessárias do ponto de vista médico, invasivas e/ou indicadas por médico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proativo - Visitante - Em geral pessoas que são saudáveis - Viagem para manter, gerenciar ou buscar saúde e bem-estar. - Motivado pelo desejo de uma vida saudável, prevenção à doenças, redução do estresse, vivência de hábitos de vida mais simples e/ou experiências autênticas. - Atividades proativas, voluntárias, não-invasivas e de natureza não medicinal.

Fonte: The Global Wellness Tourism (2013) - Traduzido e adaptado pelo autor.

O termo Turismo de Saúde é mais restrito quanto à sua amplitude de público, atividades e objetivos. Porém, em algumas interpretações é usualmente conceituado como substituto do turismo médico e ou sinônimo do turismo de bem-estar como demonstra a definição do Ministério do Turismo do Brasil que indica que o turismo de bem-estar:

Constitui-se em atividades turísticas motivadas pela busca da promoção e manutenção da saúde realizada por meio de tratamentos acompanhados por equipes de profissionais de saúde especializados, que visam a diminuição dos níveis de estresse, além da aprendizagem e manutenção de uma vida saudável e equilibrada e até mesmo a prevenção de determinadas doenças (Brasil, 2010, p.18).

A sobreposição dos conceitos de turismo médico, turismo de saúde e turismo de bem-estar pode causar confusão para a indústria, consumidores e governos, interferindo no estabelecimento de políticas públicas. Para o *Global Wellness Institute* (2011) estabelecer uma definição clara e consistente para tais termos pode “melhorar o marketing e o desenvolvimento de produtos, reduzir a confusão dos consumidores e melhorar a análise de dados” (GWI, 2011, p.4).

Assim, é importante entender que ao contrário do paradigma médico, que foca sua ação em tratamentos clínicos e abordagens curativas na busca de recuperação da saúde, o bem-estar é proativo, voluntário e individualmente dirigido.

Frente aos questionamentos quanto à melhor definição do segmento, parece que o termo Turismo de Saúde fica melhor categorizado como um “termo guarda-chuva para envolver o mercado de turismo médico e de turismo de bem-estar” (GSS, 2011, p.16). Para Ribounou (2014, p. 7) turismo de saúde relaciona fenômenos vividos por viajantes “em busca do bem-estar físico, psíquico, mental e social graças à serviços de saúde e bem-estar”.

Tal definição parece afirmar o proposto pela GSS (2011) trazendo conceitos ligados à ambos segmentos, elucidados no Quadro 2 pela diferença conceitual entre os três termos por Ribounou (2014).

Quadro 2 - Turismo de bem-estar e sua relação com o turismo de saúde

Turismo de Saúde	Turismo Médico – Retroativo	Turismo de Bem-estar – Proativo
- Motivação: Promover, estabelecer ou reestabelecer o bem-estar físico, mental e social.	- Motivação: Tratamento menos oneroso, de melhor qualidade, mais acessível ou inexistente perto do lugar de moradia.	- Motivação: Melhora do estado de saúde e da qualidade de vida graças aos processos de bem-estar integrados e à prevenção.

Fonte: Adaptado de Ribounou (2014).

O consumidor de bem-estar adquire uma variedade de hábitos e práticas saudáveis que auxiliam na prevenção de doenças, melhoram a saúde, aumentam a qualidade de vida e levam os mesmos a incorporarem internamente o estado de bem-estar. São esses consumidores que formam a coluna vertebral do turismo de bem-estar.

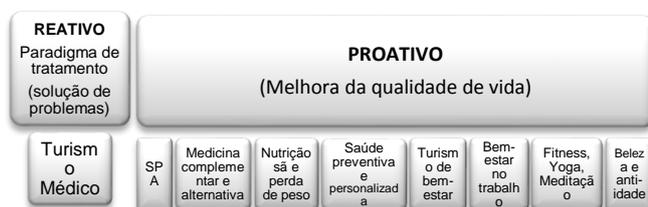
A opção pelo bem-estar, representa uma visão inovadora ao entender que a valorização das necessidades não materiais ditadas pelo conhecimento de si mesmo, é capaz de transformar-se em um produto turístico capaz de posicionar uma região em um novo patamar de desenvolvimento turístico.

É fundamental compreender o bem-estar como parte de uma complexa rede de possibilidades a ele associadas. Por ser multidimensional a indústria do bem-estar está direta ou indiretamente associada a uma série de outras indústrias. Para Cunha (2006 p. 80) muitas atividades de bem-estar “desenvolvem-se em locais fora dos grandes aglomerados populacionais procurando uma relação profunda com o ambiente, a natureza e certas condições climáticas”.

Dessa forma é possível compreender que o bem-estar constitui uma via a ser explorada no turismo, dinamizando os empreendimentos já existentes ao inserir uma marca capaz de promover atividades diversas como relaxamento, experiências existenciais, terapias alternativas, tratamentos antiestresse, caminhadas sensoriais, etc.

Baião da Costa (2010, p 40) indica como possíveis atividades ligadas ao turismo de bem-estar a utilização de terapias e massagens que “visam eliminar as energias negativas e atrair as energias positivas, criando desta forma o equilíbrio e a harmonia interior”. Assim, ao terem uma vida mais saudável as pessoas fazem com que a sua qualidade de vida aumente, bem como a sua satisfação pessoal. Para melhor compreensão dessas relações a SRI (2013) indica uma interação entre a indústria do bem-estar e nove setores econômicos, conforme demonstrado no quadro 3:

Quadro 3 - As 9 indústrias com influência direta do bem-estar



Fonte: SRI (2013).

Para Barry (2014) o turismo de bem-estar trata da possibilidade de encontrar uma alimentação sadia e com gosto de local, das possibilidades de repouso e desligamento do mundo cotidiano, do desejo de focar no que *realmente importa*, de manter-se ativo, de viver experiências enriquecedoras e usufruir da natureza com atividades variadas. Porém, a principal busca seria viver o que Proulx (2005) define como o “estado de satisfação completa”, tanto para o corpo, quanto para o espírito envolvendo aspectos psíquicos, mentais, espirituais, emocionais, ocupacionais e sociais.

Trabalhar o turismo de bem-estar significa, também, compreender os pontos em comum com outros nichos de mercado, incluindo a sobreposição de motivações e interesses. Tal questão é apresentada pelo *Global Wellness Institute* (2013), que indica que o turismo de bem-estar pode estar associado a práticas de turismo de aventura, turismo gastronômico, turismo espiritual, turismo de esportes, agroturismo, turismo cultural, ecoturismo e, principalmente ao turismo de saúde.

É importante entender que os produtos do turismo de bem-estar devem acompanhar o mercado, buscando constante inovação e novas ideias. Para o *GWI* (2013) os produtos de bem-estar podem ser agrupados de acordo com as dimensões de bem-estar, possibilitando a realização de diversas atividades, conforme as atividades demonstradas no Quadro 6:

Quadro 6 - Atividades conforme dimensões do Bem-Estar

Corpo e mente:	Espiritualidade e conexão:	Crescimento Pessoal:
Yoga, Ervas Medicinais, Tai Chi, Meditação, Relaxamento, Reiki;	Oração, Voluntarismo, Tempo com família, Tempo com amigos, Tempo solitário;	Retiros, Lições de vida, Redução de estresse, Leitura, Música e artes, Silêncio;
Atividades de Natureza:	Ginástica:	Alimentação Saudável:
Caminhadas, Bicicleta, Visitas à áreas naturais, Observação de fauna, Rafting, Cavalgadas;	Pilates, Academias, Musculação;	Nutrição, Experiências culinárias, Orgânicos, Slow food, Comida natural;
	Saúde, SPA e beleza:	
	Medicina Integrada, Massagens, Banhos medicinais, Tratamentos corporais, Acupuntura.	

Fonte: dos autores (2017).

Barreau (2011, p. 1) também indica como produtos do turismo de bem-estar programas baseados “na melhora da forma física, a educação sobre um modo de vida são, conselhos nutricionais, gestão do estresse, cuidados ou tratamentos holísticos, as massagens e os cuidados de beleza do corpo”. Outro aspecto do turismo de bem-estar estaria ligado ao desenvolvimento de experiências que possibilitem novas descobertas, uma vez que o turista está aberto à novas possibilidades de desenvolvimento intelectual, psíquico, enriquecimento

peçoal e a uma nova compreensão das coisas, da sensibilidade e da espiritualidade.

Tal característica parece situar o segmento em um campo específico de vivências da experiência do ser e nem tanto do fazer. É esse conceito que induz à formação do cluster de Turismo de Bem-estar na região do Vale do Paranhana, associando a ideia do Vale das Experiências com o de destino de bem-estar. Amadeus (2015, p.12) reforça tal ideia ao indicar que “bem-estar, para muitos, pode ser melhor definido em termos experienciais do que em termos materiais”.

O turista que possui como primeiro propósito de viagem o bem-estar, gasta em média três vezes mais que o turista que busca o bem-estar como propósito secundário, embora tal grupo seja maior que o anterior englobando, de acordo com SRI (2013) “85% de todas viagens de bem-estar”. O *Global Wellness Institute* (2013) indica, ainda, que o turista de bem-estar tende a ser de meia-idade, saudável, com bom nível de educação e oriundo de países industrializados.

É também importante enfatizar o que diz o *MacCann Truth Central* (2013, p. 1), ao afirmar que “nunca houve um tempo melhor para marcas associarem seu nome ao bem-estar e auxiliarem consumidores no desejo de uma vida mais saudável”. Demonstra assim, que a implantação de *Centros de Bem-estar e Turismo* é reflexo da compreensão da adequação dos conceitos apresentados pelo segmento.

Tão importante quanto a análise das estruturas necessárias para o desenvolvimento do turismo de bem-estar é o conhecimento do público alvo do segmento. Conforme pesquisa desenvolvida junto a consumidores da Europa, Silva (2012) indica como características do público de turismo de bem-estar um perfil jovem, dos 25 a 45 anos, com a escolha feita por iniciativa própria, com maior liberdade, sem necessidade de padecer de alguma enfermidade, o que difere do público do turismo de saúde, a procura de bem-estar geral, relaxamento físico e psíquico.

Esta clientela está associada a uma imagem positiva, de saúde e bem-estar, de jovialidade e

beleza, de divertimento, descanso e relaxamento. Cunha (2006) reforça essa percepção ao indicar que anteriormente atualmente o indivíduo busca atividades proativas em detrimento das reativas para recompor o equilíbrio psíquico e físico.

De acordo com GWI (2013) a classe média deverá ser a responsável pela expansão da indústria de bem-estar, principalmente na Ásia, África e na América Latina. Além disso o número de turistas de bem-estar cresceu de 12% em 2012 a 36% em 2013, mais rápido que outros segmentos de turismo.

O setor de turismo deverá, então, responder a essa nova demanda com produtos variados e que respondam às necessidades do segmento do bem-estar, tais como hospedagens adaptadas, centros integrados de tratamento, estratégias do setor público e educação pública e profissional para o setor.

É também importante relacionar o turismo de bem-estar com o público de pessoas com deficiência, um potencial imenso a ser explorado na prática das atividades propostas pelo segmento. Como exemplo pode ser citado o trabalho desenvolvido pela *Envie Bien-être*, uma associação francesa cujo objetivo é contribuir com a integração social de pessoas com deficiência durante seu período de lazer (ENVIEBIENETRE, 2017)⁴.

O crescente incremento do turismo de bem-estar levou à criação, em 2005, de um comitê técnico sobre o turismo junto à Organização Internacional de Normalização - ISO. Tal questão apresenta propostas e ações em países como Tunísia, Tailândia, França, Espanha, Irlanda, Áustria (CNEP-FRANCE, 2017)⁵. A primeira norma relativa ao Turismo de bem-estar na França foi publicada no ano de 2014, pela *Association Française de Normalisation* e tem como objetivo “contribuir à profissionalização dos espaços de bem-estar” (AFNOR, 2014). Tal norma intitulada NF X 50-843, define exigências relativas à concepção e ao funcionamento de spas, com regras em estudo e cursos de validação.

Cabe lembrar que tal construto ainda carece de novas investigações que identifiquem a

⁴ Fonte: ENVIEBIENETRE (2017)
<http://www.fr/index.php?p=notre-association>

⁵ Fonte: CNEP-FRANCE (2017).

potencialidade do chamado turismo de bem-estar, desenvolvendo estudos que englobem noções de felicidade, satisfação, estado de espírito, afeto positivo, elos sociais, autoestima e qualidade de vida e a identificação de serviços e produtos do turismo de bem-estar.

5 Considerações finais

Amparada pela contribuição da pesquisa de diversos autores, demonstrou-se neste artigo que há uma mudança na atitude dos consumidores quanto à responsabilidade pela saúde já que é claramente aceito que um estilo de vida inadequado é a principal causa da morte precoce na sociedade atual. Tal entendimento reflete no cuidado com a mente, o espírito, a sociedade e o ambiente. É interessante perceber que a ideia do bem-estar passa a ser indispensável para a busca da qualidade de vida.

Tal entendimento se torna hábito de vida e, assim, deslocado para o momento do turismo promove o crescimento do chamado turismo de bem-estar, incorporando em suas viagens locais e destinos que oferecem atividades capazes de atender à demanda de produtos *saudáveis*.

Essa realidade representa uma nova oportunidade para empreendimentos, destinos turísticos, municípios, regiões e países para atrair mais público. O turismo de bem-estar gera receitas, novos postos de trabalho e integra valores de salutarés às comunidades.

A experiência do *ser* vivenciada no turismo de bem-estar, não está reservada apenas a um grupo privilegiado, tornando-se acessível aos consumidores da classe média que gastam no cuidado pessoal, tanto físico e mental.

Finalizando, o Vale do Paranhana, a partir do Direcionamento Estratégico do Turismo Regional, demonstra incentivar processos de bem-estar nas coletividades visto que tal entendimento pode ser um fator positivo na opção do público em visitar a região; desenvolve proposta de centros de bem-estar, buscando investimentos para sua adequação ou implantação, orientando serviços, estruturas e

marketing para o bem-estar; e, constitui um programa orientado ao desenvolvimento de projetos que apresentem como resultado a preparação de infraestrutura, qualificação de produtos, serviços e profissionais, além de uma promoção adequada para um destino turístico diferenciado pela adaptação às necessidades de turistas e visitantes que buscam suas dimensões pessoais de bem-estar.

6 Referências

- AFNOR – Association Française de Normalisation. NF X50-843. Spas de bien-être - Conception et fonctionnement, offre de soins de bien-être et/ou de beauté et compétences du personnel. Disponível em: <www.boutique.afnor.org/norme/nf-x50-843/spas-de-bien-etre-conception-et-fonctionnement-offre-de-soins-de-bien-etre-et-ou-de-beaute-et-competences-du-personnel/article/804851/fa180266>
- BAIÃO DA COSTA, Pedro Luis. Concepção e desenvolvimento de um novo produto: Eventos Zen. 2010. 111 f. Dissertação (Mestrado em Turismo – Gestão estratégica de eventos) – ESHTe, Estoril, 2010. Disponível em: http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2391/1/2010.04.06_.pdf
- BARREAU, Michelli. Les grandes tendances du marche du tourisme de bien-être aujourd'hui en France. In: La Meuse et vous. Wallonie, 2011. Disponível em: <http://www.lameuseetvous.com/assets/Uploads/Les-grandes-tendances-du-march3.pdf>
- BARRY, Claudine. La Tendance est au bien-être. In: Réseau de Veille em Tourisme. Chaire de tourisme Transat. Canadá, 2014.
- BENI, M. C. (2003) Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph.
- BUSS, Paulo. Promoção da saúde e qualidade de vida. In: Ciências e saúde coletiva. Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 163-177, 2000. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232000000100014&lng=en&nrm=iso.
- CNEP-FRANCE. Disponível em: <www.cnep-france.fr/wp-content/uploads/2013/03/Bilan-2014-perspectives-2015-CNEP.pdf>
- CORBIN, Charles; PANGRAZI, Robert. Toward a Uniform Definition of Wellness: A Commentary. President's Council on Physical Fitness and

- Sports Research Digest. Serie 3, Nº 5. Washington, Dez, 2001.
- CONSELHO DA EUROPA – COE. Construire le progrès sociétal pour le bien-être de tous avec les citoyens et les communautés: Guide méthodologique. Strasbourg, 2010. Disponível em: http://www.coe.int/t/dg3/socialpolicies/socialcohesiondev/source/GUIDEBIENETRE_FR.pdf.
- CUNHA, Licínio. Turismo de saúde – conceitos e mercados. Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Nº 10. Lisboa, 2006.
- ENVIEBIENETRE. Disponível em: www.fr/index.php?p=notre-association
- GIACOMONI, Claudia. Bem-estar subjetivo: em busca da qualidade de vida. In: Temas em Psicologia da SBP— V. 12, No 1, 43– 50. Santa Maria, 2004.
- GLOBAL WELLNESS INSTITUTE. The Global Wellness Tourism Economy. New York, 2013.
- _____. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit? Bali, 2011. Disponível em: http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf.
- HETTLER, Bill. Six Dimensions of Wellness Model. National Wellness Institute, Inc. NationalWellness.org. Wisconsin 1976. Disponível em: <http://c.ymcdn.com/sites/www.nationalwellness.org/resource/resmgr/docs/sixdimensionsfactsheet.pdf>
- IWEPS. Institut Wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique. Indicateurs complémentaires au PIB: Indice des conditions de bien-être en Wallonie – ICBE. Wallonie, 2014. Disponível em: http://www.iweps.be/sites/default/files/icbe_wallonie_avril2014_0.pdf. Acesso em: 04 dez 2015.
- MACCANN TRUTH CENTRAL. The Truth About Wellness. 2013. Disponível em: http://mccann.com/wp-content/uploads/2013/01/wellness_Truth-Central_book-layout_individualpages.pdf
- MESSERLI, Hannah R., YUKO, Oyama. Health and Wellness Tourism-Global. Travel & Tourism Analyst, Mintel International Group, Ltda. 2004.
- PARANHANA. Direcionamento Estratégico do Turismo Regional. Taquara, 2015.
- PROUXL, Luce. Tourisme, santé et bien-être. In: Téoros. Revue de recherché en tourisme. V.24, Nº 3, 2005.
- RIBONOU, Johanna. Intégration de la promotion de la santé au sein du tourisme de bien-être. Dissertação de Mestrado. Management des organisations, du tourisme, d'hôtellerie, de la restauration et des loisirs. 136p. Disponível em: <http://www.grin.com/fr/e-book/283106/integration-de-la-promotion-de-la-sante-au-sein-du-tourisme-de-bien-etre>
- SANTOS, Jair; WESTPHAL, Márcia. Práticas emergentes de um novo paradigma de saúde: o papel da universidade. In: Estudos Avançados. V. 13, Nº 35. São Paulo, JAN/ABR 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v13n35/v13n35a07.pdf>
- SILVA, Susana. O Turismo de Saúde e Bem-estar: Uma estratégia de desenvolvimento para a região centro de Portugal. Ed. EUMED. Universidade de Málaga, Espanha. 2012.
- SPAFINDER WELLNESS. Top 10 Global Spa and Wellness Trends Forecast. Disponível em: http://cdn.spafinder.com/2015/10/2014-trends-report_2_01.pdf?_ga=1.80944277.381390149.1450097785
- STANFORD RESEARCH INSTITUTE - SRI. Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities. 2010. Disponível em: https://www.sri.com/sites/default/files/publications/gss_sri_spasandwellnessreport_rev_82010.pdf
- _____. Wellness Tourism is a Growth Opportunity Worldwide. 2013. Disponível em: <https://www.sri.com/blog/wellness-tourism-growth-opportunity-worldwide>.
- WELLNESS EVIDENCE. Portal de Medicina baseada em Terapias de Bem-estar. Disponível em: <http://www.wellnessevidence.com/wellnessevidence>