

Serviços médicos para exportação

Governo e iniciativa privada fazem ação conjunta para disputar mercado de US\$ 40 bilhões

REGIANE DE OLIVEIRA
SÃO PAULO

O turismo de saúde — oferta de serviços médicos para estrangeiros — é o mais novo produto que o País começa a trabalhar no exterior. Em junho, foi criado o Consórcio Saúde Brasil, em parceria com a Agência de Promoção de Exportações e Investimentos — Apex-Brasil. Com nove empresas, o consórcio está investindo R\$ 1,22 milhão na divulgação dos serviços brasileiros até junho de 2007. A meta é obter, no período de um ano, exportações no valor de US\$ 660 mil.

A exemplo de outros países, como Índia, Tailândia e África do Sul, que investem na promoção do turismo médico, a meta é que o setor se torne uma importante fonte de atração de divisas externas para o Brasil. Hoje o número de pessoas que vem ao País para tratamentos de saúde ainda é reduzido. Dados da Embratur (Instituto Brasileiro do Turismo) mostram que, em 2005, apenas 0,9% dos estrangeiros que entraram no País, aproximadamente 48,6 mil pessoas, declararam questões de saúde.

Assim como o governo, o setor privado também se organizando para ampliar a participação nesse setor, que acredita-se, movimentará cerca de US\$ 40 bilhões por ano em todo o mundo.

Na Índia, estudo da consultoria McKinsey, em parceria com a Confederação das Indústrias da Índia (CII), aponta que o turismo de saúde movimentou cerca de US\$ 350 milhões em 2005, valor muito superior aos US\$ 50 milhões de 2002. A meta do governo indiano é que, até 2012, esse segmento responda por uma receita de US\$ 2,3 bilhões.

As empresas indianas apostam em forte divulgação na Europa, Oriente Médio e Canadá para atrair os visitantes/pacientes. O país é especializado em cirurgias estéticas, mas conseguiu notoriedade também na realização de procedimentos complexos, com prazos de tempo e custos menores que outros países.

Vários sites divulgam o turismo médico naquele país. O Medical Tourism India traz informações sobre hospitais, custos comparados de cirurgias, além de dados turísticos. Uma cirurgia da espinha dor-



sal com implantes tem custo aproximado de US\$ 4,3 mil na Índia, comparado a US\$ 13 mil em outros importantes destinos de assistência médica, segundo o site. Um implante dentário sai por US\$ 3,5 mil nos Estados Unidos e US\$ 800 na Índia.

PORTAL BRASILEIRO

O Brasil ainda está longe de dispor de informações detalhadas sobre seus serviços. Com esse objetivo o ex-vice-presidente do Hospital Albert Einstein, Morris Lifschitz, hoje dono da Sphera Internacional, empresa especializada em gestão de saúde, criou o portal Turismo Médico. O site traz dados sobre especialidades médicas e procedimentos cirúrgicos, além de informações turísticas, em três idiomas (português, inglês e espanhol).

Com 50 médicos e hospitais cadastrados, o portal se propõe a orientar todos os procedimentos da viagem ao Brasil: escolha do médico, anamnese, aprovação, reservas de viagem, acompanhamento no Brasil. Mas ninguém irá para cirurgia sem conhecer o médico, garante Lifschitz. E falar com o médico é um dos diferenciais do País,

diz ele. “Em alguns países, o paciente só conhece o cirurgião no dia do procedimento.”

Apesar da concorrência internacional, Lifschitz é otimista, principalmente nas áreas de cirurgia plástica, dermatologia e estética, cirurgia de redução de estômago, oftalmologia, odontologia, transplante capilar, medicina esportiva e programas de reabilitação. Segundo ele, o Brasil conta com nomes conceituados na área médica, hospitais de primeira linha — grande parte acreditados pela ONA (Organização Nacional de Acreditação) —, e um turismo mais atrativo.

O foco do site brasileiro é atrair pessoas que já optam por tratamentos casados a viagens. “No ano passado, 850 mil norte-americanos foram fazer procedimentos na Índia e Tailândia”, observa Lifschitz. O preço é outro importante diferencial. “Aqui um implante dentário é 400% mais barato que nos EUA.”

Desde o começo do ano, o Ministério do Turismo trabalha com o segmento e a meta é que, até o final de 2006, a nova área de ação já esteja estruturada. Estão sendo levantadas as políticas, programas e projetos já existentes e de-

finindo conceitos sobre a dimensão curativa, preventiva e estética dos serviços.

Hoje o País trabalha cinco produtos turísticos no exterior: sol e praia, cultura, ecoturismo, esporte e negócios e eventos. Segundo Susi Martinnelle, consultora do ministério para a área de saúde, o novo segmento já é visto como um produto. “Existem muitas ações isoladas sendo feitas no sentido de promover o turismo de saúde e o governo está coletando dados para organizar e fomentar essas ações.”

Muitos trabalhos de turismo de saúde consultados têm mostrado que os hospitais ainda têm resistência em trabalhar com o conceito de turismo de saúde. “Nesses casos temos que levar em consideração que o visitante é paciente e não turista.”

Em novembro, o Ministério do Turismo vai realizar o 1º Encontro Brasileiro de Turismo de Saúde, em Minas Gerais. Ainda sem data fechada, o evento contará com participação de hospitais, spas, operadoras de saúde, hotéis e especialistas do setor.