

UNIVERSIDAD EAN

PROYECTO DE GRADO

**BRECHAS QUE SEPARAN A COLOMBIA DE LOS PAÍSES LÍDERES EN
TURISMO EN SALUD, Y RETOS QUE DEBE ASUMIR PARA INCENTIVAR EL
DESARROLLO DEL SECTOR**

FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS Y CIENCIAS ECONOMICAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

POR

MARIA FERNANDA PATIÑO MERCHAN
COD. 200220081

TUTOR

DR. RAMIRO MOLINA

31 DE OCTUBRE. BOGOTÁ D.C. 2013

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	5
RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	8
Definición del problema	8
Antecedentes	11
Formulación	13
Objetivos	14
Objetivo General.	14
Objetivos Específicos.	14
Justificación	14
MARCO TEÓRICO	17
El turismo en salud como negocio internacional	18
Aportes a la economía y al desarrollo del turismo en salud	21
Importancia socioeconómica y cultural del turismo en salud	23
Implicaciones éticas del turismo en salud	23
MARCO METODOLÓGICO	26
Técnicas de investigación	26
Instrumento de Investigación	28
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	30
Colombia y el turismo en salud	30
Ventajas para Colombia de estimular el desarrollo del turismo en salud.	31
Ventajas para los turistas que buscan atención médica de visitar a Colombia	33
Líderes mundiales en el desarrollo del turismo en salud	37
Estados Unidos, un caso paradójico	38
Estrategias Mundiales	40

	3
Brechas de Colombia ante países líderes para desarrollar el turismo en salud	42
Retos de Colombia para mejorar el rubro de turismo en salud	44
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES Y PROPUESTA	52
ANEXO 1	54
CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN FUNDACIÓN SANTA FE	54
REFERENCIAS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Países que son reconocidos a nivel mundial por prestar servicios de turismo en salud.....	37
--	----

GLOSARIO

Turismo de Salud: proceso en el cual una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente a su país de residencia.

Turistas de salud: personas que viajan hacia un destino con el objetivo específico y principal de recibir un servicio de salud fuera de su país de residencia.

Medicina curativa: Manejo de sobrepeso, manejo de artritis, ortopedia, transplantes y cirugía cardiovascular.

Medicina preventiva: Chequeo Ejecutivo, salud femenina/masculina y envejecimiento saludable.

Medicina estética: Cirugía plástica con fines estéticos, tratamientos odontológicos y dermatológicos y tratamientos de belleza.

Medicina de bienestar: Meditación, talleres de nutrición, programas de bienestar para familias y talleres de estilo de vida

PTP: Programa de Transformación Productiva realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

Spas:

Termales:

JCI: Joint Commission International.

OMS: Organización Mundial de la Salud.

DANE:

CODELCO:

Cluster de Turismo:

Brechas que Separan a Colombia de los Países Líderes en Turismo en Salud, y Retos que Debe Asumir Para Incentivar el Desarrollo del Sector

Resumen

El turismo en salud se ha convertido en una industria y en un negocio internacional, debido al cada vez mayor flujo de pacientes que viajan a otros países buscando atención médica, ya sea porque los costos son más bajos, porque la calidad del servicio es mejor, o porque las condiciones climáticas del país al que viajan son favorables para su recuperación. Colombia no ha sido ajena al interés mundial por desarrollar e incentivar este sector, razón por la cual ha tratado de promover a nivel internacional las ventajas competitivas del país, los buenos servicios de atención de su sistema de salud, y la buena formación académica de los profesionales médicos. Sin embargo, estos esfuerzos no han sido suficientes para que el país sea reconocido a nivel mundial como una de las principales naciones que prestan servicios de turismo en salud, y no se ha consolidado como un destino turístico relevante para buscar servicios médicos. Por esta razón, es necesario identificar cuáles son las razones por las cuales Colombia no ha podido obtener este reconocimiento, a partir de dos variables distintas: 1) el análisis en torno a las brechas que separan el sistema de salud nacional con el de los países que se han posicionado como líderes en turismo en salud; y 2) la identificación de los retos que Colombia debe asumir, la estrategias que debe seguir y los proyectos que debe aplicar para poder atraer a una mayor cantidad de turistas. Para ello, en primer lugar, se analizará qué es el turismo en salud, identificando sus variables y las razones por las cuales ha venido creciendo a nivel

mundial. Lugo de ello, se explicarán cuál son las ventajas y desventajas de Colombia, realizando una comparación con las estrategias que se han establecido en otros países para atraer la atención de los turistas. Por último, y a partir de dicha comparación, se expondrán cuáles son los caminos que se deben seguir en el país y las estrategias que se deben aplicar para poder potenciar las ventajas, por un lado, y para lograr disminuir las desventajas, por el otro, reduciendo así la brecha que existe actualmente con otros países.

Introducción

Definición del problema

El turismo en salud se entiende generalmente como un conjunto de viajes a distintos países con un propósito especial: buscar mejores servicios médicos que con los que cuentan los pacientes en su país de origen. Este es un fenómeno que, a pesar de que no es nuevo en el mundo, pues a través de la historia se conocen casos en los cuales personas que padecían algún tipo de enfermedad o malestar, solían emprender viajes hacia lugares que tuvieran unas características climáticas específicas, que pudieran ayudarlos a mejorar su situación de salud. Sin embargo, en las últimas décadas, debido principalmente al progresivo desvanecimiento de las fronteras, y en medio de un mundo globalizado en donde impera el flujo de la información y la innovación tecnológica, ha sido posible que el turismo en salud se haya convertido en un aspecto cada vez más común y frecuente en el mundo.

Las razones que motivan principalmente a una persona para buscar tratamientos, atenciones y cuidados médicos en otros países, según lo explican autores como Castro, Villarraga, Ruiz, Sánchez y Barbosa (2011), se deben, principalmente, a los altos costos que tienen los sistemas de salud en algunos lugares; a los largos tiempos de espera para cierta clase de procedimientos, cirugías e intervenciones específicas; y a la creciente facilidad que existe hoy en día para viajar y para acceder a servicios de salud en distintas naciones. Por otro lado, los gobiernos y las entidades que prestan y financian los servicios de salud, como clínicas y hospitales, notando el evidente interés de las personas por el turismo médico, han visto en este sector una oportunidad ideal para lograr acreditaciones internacionales, y para mejorar sus estándares de calidad.

Según Lunt, Smith, Exworthy, Green, Horsfall y Mannion (2008), los tratamientos que las personas buscan generalmente en otros países, se relacionan con el cuidado dental, las cirugías cosméticas y los asuntos afines a la fertilidad. Además de ello, se deben añadir los procedimientos experimentales y novedosos, los cuales precisan de una tecnología avanzada, y que no se encuentran disponibles en los lugares de origen de los pacientes. (Developing World Bioethics, 2001). Debido al creciente desarrollo que ha tenido el turismo en salud, a las oportunidades de crecimiento económico y desarrollo que significa para los países lograr atraer a los turistas interesados en recibir algún tipo de tratamiento, los gobiernos a nivel mundial se han preocupado por diseñar planes y políticas a través de las cuales se fomente esta clase de turismo, por medio de estrategias y campañas que presenten a nivel internacional las ventajas, recursos, innovaciones y tecnologías con las que cuenta el país a nivel médico y asistencial. (Brandon y Collen, 2011).

Este también ha sido el caso de Colombia, que con la intención de fortalecer su mercado internacional y su desarrollo económico, ofrece un amplio marco de razones por las cuales los pacientes extranjeros, que buscan atención y servicios médicos de calidad, deben visitar el país. Dentro de estas razones, ofrecidas por Diazgranados (2009), se encuentra el hecho de que actualmente el sistema de salud colombiano, según cifras de la Organización Mundial de la Salud, ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el número 22 en el mundo; que el país invierte 7,3% de su PIB en salud y el 13,9 % de su gasto público; que los procedimientos médicos cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en Estados Unidos, y que Colombia presenta una historia de logros y metas alcanzadas, lo cual les brinda a sus médicos un gran reconocimiento internacional. Además de ello, se incluyen entre las ventajas nacionales su diversidad de climas y su buena posición geográfica, pues

está a solo 3 horas de vuelo de Miami y a menos de 6 horas de Nueva York, Washington, Houston, Sao Paulo, México y Buenos Aires.

Por otro lado, es notable el esfuerzo que se ha realizado en el país, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y desde la Vicepresidencia de Inversión extranjera, por posicionar a Colombia como un destino turístico médico relevante a nivel mundial. Según Bancoldex (2010), esto permitiría que el país alcance una mayor competitividad a nivel internacional, fortaleciendo a la vez la calidad y el servicio del sistema médico a nivel local. Mejorar las posibilidades que tiene el turismo de salud, permitiría generar fondos útiles para realizar nuevas inversiones que representen nuevas posibilidades de crecimiento y desarrollo en el territorio nacional. Sin embargo, pese a los esfuerzos que se han realizado, y a las ventajas que presenta el país a nivel profesional, geográfico y climático para el buen desarrollo del turismo en salud, aún existe una brecha bastante grande con países que son líderes en este rubro.

Por lo tanto, ante esta perspectiva, es importante analizar en primera instancia cómo se ha desarrollado el turismo en salud en Colombia, para luego poder identificar las brechas que los separan de los países que se han establecido como potencia en este sector. A la vez, se hace necesario indagar por cuáles son los retos que debe asumir el país para enfrentar a las grandes potencias y para mejorar la imagen internacional que posee el sistema nacional de salud, logrando así que cada vez más personas se interesen por viajar a Colombia y recibir algún tipo de asistencia médica. Para ello, se analizarán datos, cifras y estadísticas que demuestren en qué rasgos se debe poner una mayor atención, comparando el crecimiento del turismo médico en los países líderes, y determinando en qué se ha fallado, qué aspectos necesitan una mayor intervención y financiación por parte del gobierno, y cuáles son las ventajas que se deben potenciar y explotar.

Antecedentes

Acorde a Transparent Borders(2012), durante los últimos años el turismo en salud se ha ganado la atención de los gobiernos alrededor del mundo. En efecto, más de 50 países han declarado al turismo médico como una industria nacional, pues se ha visto como una gran oportunidad de crecimiento económico en distintos sectores relacionados al desarrollo de las naciones. Según el análisis realizado por Rizo (2012), Colombia es visitada anualmente por cerca de 50.000 pacientes que buscan diversos tipos de atención médica. Según sus palabras, este número alto de turistas se debe a que los grandes centros hospitalarios del país presentan una estructura física, un servicio profesional y una estándares de calidad comparables a los que poseen los países líderes en la región en este rubro, tales como Brasil y México. Esto ha hecho que el gobierno nacional se ha proyectado como meta potenciar el sector del turismo en salud, pues éste puede llegar a representar al país unas amplias oportunidades de crecimiento económico. Por ello, el presente gobierno, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ha incluido el Turismo de Salud como uno de los doce sectores que se deben impulsar, promover y fortalecer durante los próximos años.

Básicamente, siguiendo las ideas de Rizo (2012), son cinco las razones por las cuales el Turismo de Salud se ha establecido como un campo importante en el país: 1) Porque los países desarrollados que poseen, en teoría, una mayor facilidad para atender a pacientes extranjeros, presentan en muchas ocasiones problemas relacionados con la cobertura y con una alta demanda por parte de los pacientes, lo que hace que los tiempos de espera sean demasiado largos. 2) Los costos de la salud son muy altos en países con mayor

desarrollo. 3) Los costos de los servicios de salud son considerablemente mucho más bajos en países como Colombia, y normalmente los tratamientos y cuidados están disponibles en poco tiempo de espera, pues hay una menor demanda. 4) El país cuenta con una buena cantidad de profesionales en salud, que además se encuentran muy bien preparados para tratar cualquier tipo de enfermedad y para realizar toda clase de intervenciones; y 5) Porque Colombia no solo ha mejorado su servicio médico en general, sino que hoy en día está en la capacidad de ofrecer facilidades para los visitantes extranjeros, como un buen alojamiento, servicios referentes a la gastronomía, a la seguridad y a la recreación.

Aunque cada una de las razones mencionadas se ha convertido en un punto vital para promover el crecimiento del turismo en salud en el país, la número cinco indica que el turismo en salud no sólo se encuentra relacionado al sistema de salud en un país. Esto se debe al hecho de que los viajeros y sus acompañantes, mediante los gastos cotidianos que realizan en un lugar durante su estadía, contribuyen al avance de otro tipo de sectores, como el de la hotelería y el del comercio. De ahí la importancia de seguir mejorando la percepción internacional que existe sobre el sistema de salud colombiano, su buena atención, su calidad y su economía. Sin embargo, según es reseñado por Proexport 2012), los beneficios de promover el turismo en salud también se encuentran en el hecho de que las entidades que prestan este tipo de servicio a nivel nacional, procuran mejorar sus estándares y sus servicios, con la intención de atender de la mejor manera posible a los visitantes. Las plantas físicas de dichas entidades sufren transformaciones para mejorar su apariencia, y mejorar la capacitación y preparación de los profesionales en salud. Todo ello se hace no sólo con la intención de obtener certificaciones internacionales, sino de que los pacientes extranjeros se lleven una buena impresión del servicio y del país, pues las

entidades son concientes de que el turismo médico crece, en gran parte, gracias a la información y a los comentarios que sumistran los pacientes a sus amigos y familiares.

Turner (2012)

No obstante, según la lista ofrecida por Transparent Borders (2012), entre los países que se han convertido en los destinos más populares para el turismo en salud, no se encuentra Colombia. En efecto, de la lista de 30 países, solo 4 pertenecen a Latinoamérica: México, Argentina, Brasil y Costa Rica. Es llamativo el contraste que existe entre los esfuerzos que se han realizado en el país por promover y posicionar, en el escenario internacional, las ventajas competitivas del sistema de salud colombiano, con una realidad que demuestra que las brechas que existen con las potencias mundiales en este rubro aún siguen siendo muy grandes. Por estas razones, es posible afirmar que aún hace falta generar unas políticas más adecuadas y eficientes para mejorar el sistema de salud colombiano, para que pueda competir con los países que se han ganado una reputación internacional por la calidad de sus servicios de salud.

Formulación

A partir de un análisis en torno al desarrollo que ha tenido el turismo en salud en Colombia, sus características, y su funcionamiento, el problema que se pretende analizar es: ¿Cuáles son las brechas que separan al país de las potencias mundiales en el sector del turismo en salud, y cuáles son los retos que debe asumir y las falencias que se deben superar, para lograr una mayor competitividad y una mejor percepción a nivel internacional sobre sus servicios y sistema de salud?

Objetivos

Objetivo General.

Identificar las principales brechas que existen entre Colombia y los países que se han posicionado como potencias en torno al rubro de turismo en salud.

Objetivos Específicos.

- Estudiar el desarrollo que ha tenido el turismo el salud en Colombia, los proyectos y campañas que se han realizado en el país para fortalecerlo y mejorarlo.
- Comparar las políticas, proyectos y programas desde los cuales se ha desarrollo el turismo en salud, entre Colombia y los países líderes en la materia, identificando las posibles carencias y fallas que se han presentado a nivel nacional.
- Analizar los retos y las estrategias que se deben seguir al interior del país para mejorar el turismo en salud, a partir de una comparación con países que han logrado posicionarse exitosamente como destinos turísticos relevantes en salud.

Justificación

El hecho de que hoy en día el tema de turismo en salud se ha convertido, al interior de muchos países una industria nacional, en medio de la creciente preocupación de los gobiernos por generar estrategias que permitan atraer viajeros con necesidades y requerimientos médicos, y a que en el caso particular de Colombia el turismo en salud se ha establecido como uno de los sectores que el gobierno ha decidido impulsar y promover durante los próximos años, hace necesario y fundamental estudiar a fondo este fenómeno.

Sin embargo, más allá de un simple análisis sobre la manera en que el turismo en salud ha venido desarrollándose en Colombia, es importante generar un estudio que permita comparar el caso colombiano con el de países líderes en la materia, en torno a los fundamentos y al crecimiento que ha tenido este rubro.

Realizar una comparación de este tipo tiene un doble propósito. En primer lugar, examinar cuáles son los aspectos que se han dejado olvidados en Colombia en relación a la gestión del turismo en salud, qué fallas se han cometido y qué aspectos pueden ser tenidos en cuenta para mejorar la situación, analizando los ejemplos y las experiencias de países que han logrado posicionar su servicio de salud a nivel internacional. Por otro lado, con la comparación se hace posible identificar cuáles son los retos que tiene el país y que debe enfrentar inmediatamente para poder desarrollar los estándares de calidad del sistema médico, la formación de los profesionales del área, y la práctica de tratamientos, procedimientos e intervenciones, para poder competir con los países que actualmente lideran la lista de destinos turísticos en salud.

En este sentido, el problema que se ha planteado no sólo sirve para aclarar e identificar las desventajas que posee Colombia en relación a otros países, pues a la vez posee un carácter propositivo, ya que presenta las estrategias que se podrían seguir en el país, las acciones que se deberían desarrollar y los retos que es preciso asumir. Por otro lado, un estudio de este tipo es relevante en la medida en que permite reconocer cuáles son las ventajas de tipo económico, social y climático: relacionadas además a la infraestructura y a los recursos humanos que tiene el país, para poder promover el crecimiento del turismo en salud, reconociendo a la vez las maneras en que es posible potenciar y fortalecer dichas ventajas. Todo ello con la intención de mejorar el flujo de turistas que entran al país, en

búsqueda de unos servicios y procedimientos específicos, y logrando así unas mejores oportunidades de desarrollo, crecimiento económico y despliegue internacional.

Marco Teórico

Acorde a las palabras de Barriga, Farías, Ruiz, Sánchez y Barbosa (2011), el concepto de turismo en salud no es algo nuevo. Sin embargo, en los últimos años ha venido observándose un crecimiento del fenómeno, en el cual las personas viajan fuera de su país para buscar cierta clase de servicios médicos, debido a los altos costos que estos tienen en sus países de orígenes, o largos tiempos de espera, o la carencia de algunas tecnologías especiales, productos y tratamientos que se requieren. Aunque, anteriormente, los servicios que más buscaban los turistas en salud eran las cirugías estéticas, hoy en día se requieren y exigen otra clase de servicios, relacionados con procedimientos y tratamientos que involucran más el bienestar y la salud del paciente que su apariencia estética. (López, Henn, Allen y Gonçalves, 2011).

Según es explicado por Diazgranados (2009), en el marco de un documento producido desde la Vicepresidencia de Inversión Extranjera, en donde se explican las ventajas que tiene Colombia para incentivar y fomentar el turismo en salud, son cuatro las razones por las cuales el país recibe turistas en busca de atención médica. Estas son: 1) Prevención: Son pacientes que llegan al país con la intención de prevenir futuras enfermedades. Aunque en sus países de origen existen los tratamientos para ello, normalmente los tiempos de espera son muy largos y prefieren viajar. 2) Estético: Son personas que buscan realizarse intervenciones para mejorar su apariencia física, incluyendo tratamientos de ortodoncia. La principal razón para buscar esta clase de procedimientos en Colombia son los bajos precios en comparación con otros países. 3) Bienestar: Pacientes que, a pesar de no sufrir ninguna enfermedad y de no tener la intención de realizarse ningún tratamiento o cirugía, visitan el país en busca de relajación y de un cambio de rutina. Esta

clase de turismo en salud incluye spas y termales; y 4) Fertilidad: Pacientes que viajan en busca de tratamientos y asesorías en lo referente a la reproducción.

El turismo en salud como negocio internacional

Según las afirmaciones de Lee y Spisto (2011), lo que define a un negocio internacional es la inclusión de actividades comerciales en donde se involucren por los menos dos países distintos, y se tengan en cuenta las relaciones y diferencias entre la legislación de cada uno, las políticas ambientales, la cultura y la sociedad. Por lo tanto, el turismo médico, al involucrar la participación y las actividades de personas y transacciones en más de un país a la vez, debe ser considerado, definitivamente, como un negocio internacional. Para complementar esta idea, y para darle un significado más completo al turismo desde una perspectiva comercial, es pertinente reseñar a Parlor (Citado en Lee, y Spisto 2011), y su concepto denominado “el diamante de Parlor”. Éste se utiliza para conceptualizar las cuatro condiciones más relevantes que debe cumplir cualquier tipo de negocio internacional, a saber: Condiciones del factor, Condiciones de la demanda, Industrias relacionadas y de soporte, y Estrategia de las compañías. Con la intención de aclarar cuál es la razón por la cual el turismo en salud debe ser considerado como un negocio de carácter internacional, a continuación se explicarán por separado cada una de estas dimensiones.

Condiciones del factor: En el caso del turismo en salud, las condiciones del factor hacen referencia a las particularidades del ambiente, el clima y la temperatura, que motivan a las personas a escoger determinados países como destino turístico para buscar servicios de salud y bienestar. En este sentido, un clima agradable, una posición geográfica y una

variedad y riqueza en recursos naturales, son elementos indispensables con los que debe contar un país para que pueda ser visitado frecuentemente por esta clase de turistas. Sin embargo, además de los factores ambientales, existen otra clase de acciones que pueden aplicar los países para desarrollar el turismo en salud, entre los cuales se destaca la inversión de los hospitales y de los gobiernos para ofrecer estos servicios, y las estrategias adecuadas de marketing, en donde se utilicen los medios tecnológicos modernos como las redes sociales para difundir las ventajas competitivas. En este sentido, la principal misión de un país que quiera promover el turismo en salud, además de contar con una serie de ventajas climáticas y geográficas, ha de ser la de crear un ambiente positivo y adecuado para que los turistas se sientan atraídos.

Condiciones de la demanda: Principalmente, el turismo médico se ha convertido en un negocio internacional, porque su demanda ha crecido considerablemente durante los últimos años. Esto se debe al hecho de que hoy en día no son muchos los pacientes que tienen acceso en sus países de origen a la salud privada, debido a sus altos costos. Por tal razón, estas personas son atendidas por el sector público, lo que significa largos tiempos de espera, especialmente para tener una cita con algún especialista. Es por esta razón que los pacientes prefieren viajar a otros países, disminuyendo no sólo los tiempos de espera, sino los costos de los procedimientos. Además, en muchas ocasiones reciben una mejor atención en el extranjero, y con mayores estándares de calidad que los que percibirían en su propio país.

Industrias relacionadas y de soporte: Se refiere a los distintos sectores económicos que se benefician gracias al turismo médico. Cuando un paciente viaja a un país para recibir

algún tipo de tratamiento o atención médica, debe pagar los costos de una aerolínea, los taxis al llegar ciudad, los cargos de los hoteles, restaurantes y tiendas. Además de estos gastos necesarios, los turistas normalmente aprovechan para conocer al país, pagar tours, visitar los monumentos y los museos, apoyando así el desarrollo y crecimiento del turismo de la región que visitan. A todo ello hay que añadirle que los pacientes, en su gran mayoría, viajan con acompañantes, con lo cual los gastos que se realizan durante el viaje se duplican.

Un aspecto importante en torno a las industrias relacionadas al turismo en salud, es que los países no sólo deben invertir en la salud para atraer la atención de los pacientes extranjeros, pues además de mejorarla infraestructura de hospitales y clínicas, los equipos médicos y la formación profesional de médicos y enfermeras, debe poner su atención en los demás sectores que se relacionan al turismo. En este sentido, el Estado tiene que tratar de mejorar el funcionamiento en general de las ciudades, logrando, por ejemplo, que la presentación física sea más adecuada, que el tránsito sea bueno, que los hoteles y restaurantes cumplan con las exigencias y demandas de cualquier tipo de turista, y que se cuente con toda clase de servicios y guías turísticos. Si no se pone la atención adecuada sobre todos los demás sectores que se relacionan con el turismo en salud, será muy difícil atraer a los pacientes, ya que no ellos no sienten cómodos durante su viaje, lo más seguro es que no vuelvan, y que tampoco den las mejores referencias sobre el país. (Smith, 2012)

Estrategia y estructura de las compañías: Al hablar de compañías, en el caso del turismo en salud, se hace referencia a los hospitales y a las clínicas, que deben diseñar una serie de proyectos y acciones encaminadas a ofrecer buenos servicios a los pacientes extranjeros. A pesar de que el turismo en salud es financiado y desarrollado por los gobiernos, si los hospitales no generan estrategias para mejorar sus servicios y su atención a los pacientes,

serán infructuosos todos los esfuerzos realizados desde el Estado. Las instituciones médicas, por lo tanto, deben tener en cuenta que mejorar su competitividad, y conseguir acreditaciones internacionales, depende de su buen funcionamiento y de una adecuada, ágil y confiable atención. Un ejemplo de las estrategias que puede aplicar un centro médico para atender a una mayor cantidad de turistas, es ofrecer paquetes de viaje, en donde se incluya de una vez el hospedaje y el transporte del paciente, con la intención de hacerle las cosas más fáciles.

En síntesis, el turismo médico se ha convertido, sin duda alguna, en un negocio internacional que crece velozmente. Tanto es así, afirma Lee (2007), que dentro de algunos años el turismo médico se convertirá en la nueva forma mundial de ofrecer y prestar servicios médicos. Es misión de cada gobierno, por lo tanto, realizar los esfuerzos necesarios, de la mano con los hospitales y clínicas presentes en la nación, para mejorar los servicios de salud y, al mismo tiempo, promover el desarrollo de todos los demás sectores y aspectos que tienen en cuenta los turistas cuando deciden viajar a una región.

Aportes a la economía y al desarrollo del turismo en salud

El turismo en salud representa una serie de ventajas para el país que recibe a los visitantes, pues gracias a ello los estándares de calidad de sus servicios de salud se incrementan, así como la posibilidad de obtener certificados y licencias internacionales. Sin embargo, además de las ventajas y beneficios que se evidencian en el sector salud, gracias al turismo médico se benefician otra clase de sectores, como el del comercio y la hotelería. Esto se debe, principalmente, al hecho de que normalmente un paciente que viaja en busca de un servicio de salud a otro país, al mismo tiempo disfruta del lugar visitado, es decir,

visita sus restaurantes, realiza compras en distintos almacenes, visita los lugares turísticos, se hospeda en hoteles y realiza tours. (Smith, 2012) Muchas veces, por lo tanto, el turismo en salud deriva y se convierte en un turismo clásico y normal, en el cual el viajero opta por conocer el lugar que visita y buscar actividades y opciones recreativas y culturales. Debido a estas razones, es posible afirmar con Barriga et. all (2011) que:

Esta actividad económica se ha convertido en una opción atractiva para el crecimiento económico potencial en muchos países. En los últimos diez años se ha potenciado este tipo de práctica médica; actualmente los países en vía de desarrollo están incrementando la atención de pacientes del extranjero para elevar el aporte económico y lograr ser más competitivos en esta área. (p. 126)

Es por ello que muchos gobiernos alrededor del mundo se han interesado por desarrollar proyectos que tiendan a mejorar los servicios de la salud a nivel nacional, y así atraer la atención de extranjeros, en lo que se refiere a tratamientos, intervenciones y cirugías. Bajo la óptica del turismo médico, la salud no sólo representa un indicador del desarrollo humano, pues se reconoce además como un sector determinante para incentivar el crecimiento económico y el desarrollo de los países. Especialmente en Latinoamérica, afirma Munro (2012), esta clase especial de turismo ha cobrado una relevancia importante, debido al reconocimiento mundial que existen sobre las ventajas turísticas que existen en estos países, gracias a su variedad de climas, sus riquezas culturales, sus tradiciones históricas, monumentos, belleza de los paisajes y diversidad gastronómica.

En el caso específico de Colombia, a la cantidad de lugares naturales atractivos para los turistas, a su riqueza arquitectónica y cultural, se le suma el hecho de que los profesionales en salud que ejercen sus labores en las clínicas y hospitales nacionales, se encuentran altamente calificados y cuentan con una adecuada formación académica.

Gracias a ello, el gobierno nacional ha hecho énfasis en la importancia de apoyar el turismo en salud, con la intención de lograr que anualmente crezca el número de visitantes que visitan el país por distintos motivos y razones médicas.

Importancia socioeconómica y cultural del turismo en salud

Además de las ventajas económicas, el turismo en salud tiene otro pilar en el cual despliega sus beneficios, que es el sector sociocultural. La importancia del turismo, en este sector, reside en el hecho de que a través suyo el ser humano puede conocer culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen beneficios económicos. El turismo en salud pone en contacto a diferentes culturas, lo cual supone un intercambio de pautas de conducta, formas de vida, tradiciones y hábitos. Este efecto, aunque positivo en ocasiones, puede llegar a ser perjudicial para la población autóctona, ya que con la llegada de muchos turistas y con el continuo intercambio de experiencias, pueden perder poco a poco su identidad, al intentar adaptarse a los gustos y costumbres de los visitantes. Es tarea del Estado, por lo tanto, fomentar el intercambio de culturas y expresiones artísticas, estableciendo a la vez proyectos para mantener, preservar las tradiciones locales. (Merlock, Lyon y Shepherd, 2013)

Implicaciones éticas del turismo en salud

Por último, para finalizar el abordaje teórico del concepto turismo en salud, es importante tener en cuenta cuáles son las implicaciones éticas del crecimiento, expansión y

desarrollo de este fenómeno. En efecto, debido a la fama mundial que ha recibido el turismo médico, se han generado en el mundo una serie de controversias de tipo ético que se han convertido en tema de preocupación. Entre ellas se encuentra, principalmente, el hecho de que los países pueden llegar a prestar una mayor atención a los pacientes extranjeros que a los locales. Según lo explica Snyder y Crooks (2012), debido a la urgencia de atraer cada vez más turistas a un país, buscando obtener los beneficios económicos y el fortalecimiento del mercado internacional que ello representa, los gobiernos centran su atención en los pacientes extranjeros, y poco a poco olvidan las necesidades y las atenciones que requiere la población local.

Además de ello, existen problemas relacionados a la mala praxis, a la falta de seguimientos y controles postoperatorios, pues normalmente los pacientes sólo viajan por unos pocos días (los suficientes para realizarse la intervención o el procedimiento); y a la falta de acompañantes, que en ocasiones son vitales a la hora de un proceso de recuperación, pues para un paciente, llevar al viaje a un familiar o a un conocido representa un incremento en el presupuesto. Por último, un problema que se ha hecho evidente a través del desarrollo del turismo en salud, es que el crecimiento de la tecnología médica produce una gran inequidad entre los países, pues muchos de ellos no cuentan con el capital para producir ni comprar algunos equipos médicos, ni para prestar cierto tipo de servicios. (Cohen, 2012) Por esta razón, muchos países tienen que resignarse a la posibilidad de convertirse en destinos turístico en salud, disminuyendo así sus posibilidades de desarrollo y crecimiento económico.

Por otro lado, en su afán de promover el turismo en salud, los gobiernos y los hospitales deben ser conscientes de que es más importante la salud y el bienestar de los pacientes, que cualquier otro interés de tipo económico. Es por ello que, según Lunt. et. all

(2008), la aplicación correcta del turismo médico debe seguir y aplicar cuatro pilares básicos, diseñados para proteger el bienestar de los turistas: 1) Autonomía: Respetar en cada caso las decisiones de los pacientes, y lograr que dichas decisiones estén basadas en un buen conocimiento de los hechos. 2) No maleficencia: Evitar hacer cualquier tipo de daño para prevenir riesgos. Aunque, a decir verdad, cada tratamiento tiene sus riesgos, estos no deben ser desproporcionados a los beneficios del mismo. 3) Beneficencia: Promover el bienestar de los pacientes, realizando un examen minucioso sobre el balance que debe haber entre riesgos y beneficios; y 4) Justicia: Los costos de los tratamientos e intervenciones deben basarse en una serie de tarifas iguales para cada paciente.

Otra de las cuestiones éticas con las que debe lidiar el turismo médico, es que la cultura y las tradiciones varían en cada país, debido a lo cual la pertinencia ética de algunos procedimientos también se asume desde perspectivas distintas. Esto se ve, más que todo, en procedimientos relacionados a la fertilidad, a la donación de órganos y las cirugías plásticas. Los países tienen estándares éticos distintos para analizar y aprobar esta clase de tratamientos. (Lunt. Et. all. 2008). Además de ello, en algunos países hay ciertas prácticas médicas que se consideran ilegales, mientras que en otras no. Para dar un ejemplo de ello, el trasplante de riñón, debido a los riesgos que genera, no se permite en algunos países. También existen cuestiones de tipo social que impiden que algunos tratamientos se realicen en algunas partes del mundo, como los países en donde existen altos índices de tráfico de órganos humanos, por lo cual todo procedimiento que implique trasplantes a turistas se encuentra prohibido. Es por ello que antes de realizar un viaje a otro país, para buscar atención médica, el turista debe realizar una previa investigación sobre las prácticas médicas que se siguen en dicho lugar, lo que se permite y lo que se prohíbe, y la perspectiva ética desde la cual se abordan cierta clase de procedimientos.

Marco Metodológico

Técnicas de investigación

La investigación se realizará a partir de una recolección de literatura, en donde se involucre una recolección de datos y de teorías específicas que cumplan el propósito de explorar y evaluar aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno que se investiga. Por lo tanto, a partir de dicha recolección, se desarrollarán las premisas y los objetivos del presente estudio. Este método, enfocado en las bases de una investigación cualitativa, precisa de la búsqueda y selección de teorías, conceptos, hipótesis y proposiciones que partan de investigaciones previas y que permitan desarrollar una posterior interpretación sobre el problema. En este contexto, los aportes teóricos sobre conceptos relacionados al turismo en salud, y de estudios un poco más específicos que cuestionen por las implicaciones éticas de este tipo de turismo, por las políticas y estrategias que se han generado en los países a nivel mundial para desarrollarlo, permitirán orientar y plantear un enfoque a partir del cual se analicen cuáles son las brechas y retos que tiene Colombia para atraer más turistas al país.

Los aportes teóricos que estudien y analicen los conceptos relevantes al interior de la investigación son útiles para desarrollar una interpretación desde la cual se puedan comparar los esfuerzos que se han realizado en Colombia y en países que se han convertido en potencias en torno al turismo en salud. De esta forma, la interpretación de los textos referenciados permite analizar desde una óptica distinta el problema que se ha planteado, introduciendo nuevos elementos y cuestionamientos a partir de la manera en que se desarrollan y analizan los distintos conceptos, analizando las relaciones existentes entre los

diferentes textos que son objeto de estudio, así como sus aspectos en común y la manera en que se vinculan.

Conforme al tipo de investigación basado en una recolección de literatura, el marco teórico es vital para desarrollar una interpretación pertinente, ya que ofrece un análisis adecuado sobre los conceptos relevantes que se involucran dentro de la pregunta y el problema que se ha formulado. Las referencias teóricas ofrecen la oportunidad de realizar una medición de los atributos del fenómeno por el cual se investiga, ofrece distintas perspectivas y aproximaciones que son la base para construir un conocimiento adecuado sobre los conceptos, definiciones y problemas que serán tenidos en cuenta. Por lo tanto, el desarrollo de la investigación se desarrolla a través de la comprensión y el análisis de dichas referencias, que abordan las teorías sobre el turismo en salud y se desarrollo a nivel mundial.

En conclusión, la revisión documental aporta los elementos que determinan una sistematización e interpretación del problema, un seguimiento adecuado de los conceptos que son claves para entender el problema que se ha planteado, es decir, las brechas y retos que debe asumir Colombia para posicionar a nivel mundial su sistema de salud, logrando que cada vez más turistas lleguen al país, y mejorando así el crecimiento económico y el desarrollo nacional. Por último, las referencias estudiadas, permitirán actualizar o adaptar los planteamientos derivados de investigaciones y estudios efectuados en contextos diferentes para generar una mayor fuerza argumentativa en la investigación.

Instrumento de Investigación

Como caso de estudio, se tuvo en cuenta a una de las mejores instituciones de servicios de salud en el país, la Fundación Santa Fe, que es uno de los hospitales con mayores estándares de calidad a nivel nacional, y que además tiene entre su paquete de servicios el turismo de salud, incorporando a sus planes y programas la atención de turistas que llegan al país atraídos por la calidad de la institución. Básicamente, los objetivos de estudiar el funcionamiento de esta fundación, fueron los de conocer el perfil de la infraestructura, el funcionamiento, la calidad de equipos médicos, capacidad del personal, procedimientos y costos de los servicios, todo ello desde la perspectiva del turismo médico. Para ello, se diseñó y se aplicó un cuestionario (ver anexo 1), en donde básicamente se inquiría por todo lo relacionado a los programas, estrategias y proyectos que ha realizado la fundación para desarrollar el turismo en salud. Se cuestionó por los medios de contacto que tienen los turistas extranjeros con la clínica, los servicios que se les ofrecen, el número de pacientes extranjeros que atienden anualmente, los costos de las intervenciones, los objetivos, paquetes de salud y estadísticas.

Sin embargo, tal vez debido al hecho de que la Fundación Santa Fe es una entidad privada, y que debido a ello presenta cierto hermetismo con respecto a su funcionamiento y a las estrategias que ha creado para atraer turistas extranjeros, las respuestas al cuestionario, ofrecidas por la doctora Carolina Muñoz, no fueron las que se esperaban, pues eran demasiado cortas y superficiales. La información suministrada por dichas respuestas no permitió realizar un análisis profundo en torno a los proyectos y a las conexiones con pacientes extranjeros que ha creado la fundación. Por lo tanto, la investigación se ha centrado más en la recolección teórica y en el análisis de referencias

que permitan analizar las brechas y retos que tiene un país como Colombia para mejorar el sector del turismo en salud, en comparación con los países que se han consolidado como potencia en este rubro. A pesar de ello, en la sesión de resultados se mencionarán los resultados de la entrevista, aunque no representen un importante material de análisis, pero es importante tenerlos en cuenta para conocer algunos datos y cifras relacionadas al turismo y a la salud en el país.

Presentación de Resultados

Colombia y el turismo en salud

El turismo en salud se ha consolidado en Colombia como un sector fuerte, gracias principalmente a las ventajas geográficas y climáticas del país, pues es una región en donde predomina el clima templado y cálido, ideal para los procesos de recuperación durante y luego de cualquier tipo de tratamiento y de intervención médica. Acorde a Barriga et. all (2011): “Colombia ofrece un marco inigualable para su inversión, y un paquete de beneficios especialmente diseñados para mejorar sus opciones de negocio, incluyendo la posibilidad de establecer una zona franca de servicios de salud con excelentes incentivos tributarios y operacionales”. (p. 129)

Según las afirmaciones de Diazgranados (2009), este es un muy buen momento para invertir en el rubro de turismo en salud en Colombia. El país atraviesa por un momento de crecimiento, en medio del desarrollo de años de innovaciones en torno a los equipos médicos, a la formación de los profesionales que prestan sus servicios en el sector médico, y a unos sobresalientes estándares de calidad que han servido para consolidar a nivel nacional el sector de la salud. Por estas razones, Colombia se encuentra preparada para dar el siguiente paso, y así poder convertirse en un proveedor importante para todo el mundo. Es urgente, por lo tanto, que desde el gobierno y desde las instituciones que prestan los servicios médicos, se haga todo lo posible, a través de buenas estrategias y proyectos gerenciales, para posicionar el sistema de salud colombiano a nivel mundial, y para que en

todos los países se reconozcan sus ventajas competitivas, su creciente calidad y su adecuado funcionamiento.

Ahora bien, las ventajas que tienen el turismo en salud se pueden analizar desde dos perspectivas distintas: 1) Las ventajas que le presenta al país el desarrollo y el crecimiento del turismo médico; y 2) Las ventajas que se les ofrecen a los pacientes extranjeros al venir a Colombia en busca de algún tipo de tratamiento de salud. A continuación se analizarán cada una de las dos variables, con la intención de identificar, en primer lugar, por qué es importante seguir mejorando el desarrollo de esta clase de turismo en el país, y en segundo lugar, para reconocer cuáles son los aspectos positivos que presenta Colombia, y que son necesarios de explotar para atraer a un número cada vez más grande de turistas.

Ventajas para Colombia de estimular el desarrollo del turismo en salud.

Financieras y políticas: Según Proexport (2009), Colombia invierte el 7,5% de su PIB en salud, lo que representa una de las proporciones más altas en América Latina. Fortalecer el crecimiento y el desarrollo del turismo en salud, permitiría que esta inversión se incremente aún más, lo cual serviría para mejorar los servicios médicos. Además de ello, los fondos recibidos por el creciente fenómeno del turismo en salud, servirían en el país para producir y financiar nuevas investigaciones y experimentos en el sector científico y médico, logrando que el país se convierta en uno de los focos centrales en América Latina, en torno a la producción de conocimiento y al desarrollo, práctica y aplicación de teorías.

Ambientales: El crecimiento del turismo médico obliga al Estado a invertir en la preservación de las riquezas naturales del país, estimulando a la vez el cuidado de la población por la naturaleza y los recursos naturales. Además, el crecimiento del flujo de turistas fomenta el cuidado de los centros arquitectónicos del país, y de los monumentos culturales y artísticos. (Barriga. et.all, 2011).

Laborales: El turismo en salud genera oportunidades de empleo en el país, pues un buen flujo de turistas hace necesario que se formen y se capaciten más guías turísticos, traductores, y empresas encargadas de tours para conocer las riquezas naturales y arquitectónicas de cada región. Además de ello, con más turistas el comercio en general se activa, lo cual le representa unos buenos ingresos al país. (Bancoldex, 2010)

Infraestructura: Debido a que el turismo en salud se ha convertido en una de las principales fuentes de ingreso para Colombia, con ello se ha mejorado la inversión del Estado en la construcción y el mantenimiento de puentes, vías y carreteras, lo cual a la vez promueve el desarrollo de la nación.

Culturales: Con la llegada de turistas de distintas partes del mundo al país, se incentiva el conocimiento de otras culturas, idiomas y tradiciones. Se comparten y se aprenden nuevas costumbres, y se posibilita el hecho de que la cultura colombiana se internacionalice y sea más reconocida en el mundo.

Ventajas para los turistas que buscan atención médica de visitar a Colombia

Profesionales altamente calificados: Los profesionales de la salud en Colombia, a través de los últimos años, han ganado una excelente calidad académica, la cual se consolida y se fortalece a partir de su formación universitaria. Gracias a ello, los profesionales en el área de la salud se han convertido en personas reconocidas en diferentes países del mundo. Principalmente, esto ha sido posible gracias a desarrollo de instituciones educativas de alto nivel, las cuales permiten la creación y funcionamiento de escenarios útiles para la práctica clínica. (Proexport, 2012)

No en vano, según es afirmado por Barriga et. all (2011), la medicina colombiana, gracias a la buena formación de sus profesionales y al desarrollo continuo de estudios e investigaciones en el campo de la salud, ha sido reconocida a nivel internacional por haber sido pionera en Latinoamérica en la realización de ciertos procedimientos y cirugías novedosas. Por ejemplo, un científico Colombiano, el doctor Manuel Elkin Patarroyo, creó la vacuna contra la malaria en el año de 1986. Por otro lado, en el país se realizó el primer trasplante de médula, de tráquea y de hígado en América Latina, y además el primer bebé probeta en la región nació precisamente en Colombia.

La formación académica de los médicos colombianos se fortalece a través de convenios con universidades en el exterior, por medio de programas de posgrado y de intercambios, con la intención de actualizar y consolidar sus conocimientos médicos. Por estas razones, y atraídos por la reputación que ha consigo construir el país en el sector de la salud, existe hoy en día una buena cantidad de jóvenes que habitan distintas zonas del mundo, y que anualmente llegan a Colombia a iniciar su formación profesional en

medicina, enfermería y odontología, entre otras. Esto ha permitido que Colombia se posicione como un país referente en distintas áreas de la medicina.

Altos estándares de calidad y reconocimiento: En Colombia, la primera razón por la cual se ha generado una gran confianza con respecto a la calidad de sus instituciones médicas, es que éstas cuentan con diversos tipos de acreditaciones a nivel local e internacional, las cuales se han logrado mediante un proceso de mejoramiento y optimización continua, que es verificado por el gobierno colombiano. En su continua búsqueda por la excelencia, Colombia sigue cosechando reconocimientos y certificaciones internacionales en el área de la salud. Así, la Joint Commission International, institución dedicada a certificar y acreditar instituciones de salud en el mundo entero, ya reconoció a dos instituciones colombianas, entre varias que se encuentran en el proceso, por su máxima calidad en los servicios prestados. Se trata de la Fundación Cardiovascular de Colombia-Instituto del Corazón, en Bucaramanga y el Hospital Universitario Fundación Santa Fe, en Bogotá.

Según la revista América Economía (2012), la Fundación Santa Fe ocupó en el año 2012 el puesto número cuatro en el ranking de clínicas y hospitales en Latinoamérica, debido al manejo adecuado y exitoso de aspectos como seguridad y dignidad del paciente, capital humano, capacidad, gestión del Conocimiento, eficiencia y prestigio. El puesto número uno fue para el Hospital Israelita Albert Einstein, de Sao Paulo; el segundo lo ocupó la Clínica Alemana de Santiago, y el tercer puesto fue para la Clínica Las Condes, también de Santiago.

Según el cuestionario realizado en la investigación a la Fundación Santa Fe, y el cual, como se ha dicho, no arrojó los resultados esperados, la idea de promover el turismo en salud surgió en el año 2007, creando el departamento de servicios internacionales,

promoviendo el bilingüismo y generando investigaciones sobre el mercado y sus necesidades. El marketing se realizó a través de la página web, y por medio de referidos como especialistas o aseguradoras. Los servicios que se prestan a los turistas extranjeros son, más que todo, diagnósticos, cirugías ortopédicas, neurocirugía, y chequeos ejecutivos. Sin duda alguna, la buena gestión y el interés que tuvo la Fundación por desarrollar el turismo en salud, le ha servido sustancialmente para ganar el cuarto lugar en el ranking de clínicas y hospitales en Latinoamérica.

Otro de los datos que arroja este ranking, muy favorable para Colombia, es que tiene 16 hospitales en la lista de los 40 mejores, conformando el subconjunto nacional más grande del ranking. “Y es que el mercado colombiano, fuertemente descentralizado, multiplica su competencia por cada polo de salud que se encuentra repartido por el territorio.” (América Economía, 2012, p. 8). Este éxito se debe, básicamente, a que los hospitales colombianos presentan un mayor número de médicos especialistas y subespecialistas. Para citar cifras, el 85,4% de los médicos que cumplen sus labores en los centros médicos nacionales tienen especialidad, y el 27,7%, subespecialidad. En cuanto a los otros países, el promedio general es de 82,2% y 22,8%, respectivamente. Esto ha permitido que Colombia haya tenido un muy buen papel en el ranking, pues se considera que la calidad de la formación de los médicos es un factor clave para asegurar una buena puntuación a cualquier clínica y hospital.

Tecnología e infraestructura: En Colombia, la amplia disponibilidad de medicamentos, la variedad de dispositivos y de productos tecnológicos en el sector de la salud, representan una óptima oferta de interés para los turistas extranjeros. Gracias al nutrido equipo médico y científico con el que cuenta el país, se han podido realizar grandes avances, los cuales han

contribuido a la medicina mundial, tales como la creación de marcapasos, y de la válvula de Hakim (útil para el tratamiento de enfermedades que afectan el cerebro), entre otros. La oferta colombiana en torno a sus servicios de salud, cuenta además con una tecnología de punta, la cual es útil e indispensable para garantizar los diagnósticos y los tratamientos adecuados, a un tiempo oportuno para los pacientes internacionales.

Costos en tratamientos de Salud: Las tarifas en tratamientos de salud que se tienen en Colombia son muy buenas, y es uno de los principales atractivos para los turistas de salud. Colombia ofrece precios más accesibles en comparación a otros destinos como Estados Unidos y Europa, y cuenta con estándares de alta calidad. En efecto, según Diazgranados (2009), los procedimientos médicos en Colombia cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en los Estados Unidos.

Como se ha podido notar, existe un buen número de ventajas, en distintos sectores y áreas, por las cuales el desarrollo y crecimiento del turismo en salud le representa al país una muy buena oportunidad para mejorar su situación económica. Gracias a ello, es posible promover y mejorar las oportunidades de empleo, disminuir la pobreza, difundir a nivel internacional la cultura, las tradiciones y las costumbres nacionales, y mejorar la imagen que existe en el exterior sobre el país. A la vez, Colombia cuenta con una serie de ventajas de tipo geográfico y climático que es necesario aprovechar, y otras que se han alcanzado a través del esfuerzo realizado por el Estado y por entidades privadas encargadas del área de la salud, como el buen nivel académico de los profesionales médicos, la adecuada infraestructura de clínicas y hospitales en las ciudades más importantes, la aplicación de tecnologías y procedimientos novedosos, y los bajos costos de las intervenciones. Es necesario, por lo tanto, seguir potenciando dichas ventajas y sacarles el mayor provecho

posible, con la intención de que cada vez más turistas se interesen en el país, y Colombia pueda ubicarse en las listas mundiales que incluyen a las naciones más populares como destinos turísticos para la salud.

Líderes mundiales en el desarrollo del turismo en salud

A pesar de las enormes ventajas que tiene Colombia para promover el turismo en salud, y para convocar a un número cada vez mayor de pacientes extranjeros que buscan algún tipo de servicio, el país aún no se encuentra en la lista de naciones con mayor popularidad y éxito en torno a la políticas para incentivar esta clase de turismo. En esta lista, según es referenciado por Lee y Spisto (2007), se encuentran los siguientes países.

Tabla 1

Países que son reconocidos a nivel mundial por prestar servicios de turismo en salud

Argentina	Bulgaria	República	Irán	México	Arabia
Australia	Canadá	Checa	Israel	Holanda	Saudita
Bahreín	Islas Caimán		Japón	Filipinas	
Bangladesh	Islandia	Dubai	Corea del sur	Polonia	Sur
Barbados	Chile	Francia	Lebanon	Rumania	África
Bélgica	Costa Rica	Alemania	Lituania	Rusia	
Brasil	Cuba	Grecia	Malasia		Suiza
	Chipre	Hungría			Taiwán
		India			Tailandia
					Turquía

Fuentes: Lee y Spisto (2007). Medical Tourism, the Future of Health Services.

El hecho de que Colombia no se encuentre en la lista, hace pensar que aún no se están realizando los esfuerzos necesarios, ni se han hecho las inversiones suficientes para promover, a través de buenas estrategias de mercadeo, las ventajas que hay en el país para que los turistas se practiquen distintos tipos de procedimientos e intervenciones en salud.

Para poder realizar una comparación con países que han desarrollado modelos exitosos para atraer a los pacientes de distintas partes del mundo, es necesario revisar y analizar las políticas y proyectos internacionales que se han generado y aplicado.

Estados Unidos, un caso paradójico

Uno de los casos más analizados en las referencias estudiadas es el de Estados Unidos, pues aunque tampoco se encuentra en la lista de naciones reconocidas por su prestación de servicios para el turismo en salud, es un país que es clave a nivel mundial para el fortalecimiento y desarrollo de este tipo de turismo. Esto se debe a que un gran número de viajeros, que buscan en otros países servicios de atención médica, acorde a Brandon y Collen (2011), son de origen norteamericano. Además de ello, Estados Unidos presenta uno de los rubros más altos en turismo en salud a nivel local, pues anualmente existen muchas personas que viajan de un estado a otro buscando mejores atenciones, menores tiempos de espera, y condiciones climáticas más favorables, todo ello al interior del país. (Delloite, 2011)

Con la intención de mejorar la economía a nivel mundial, y de fortalecer el comercio internacional, Estados Unidos siempre ha visto la necesidad de fomentar e incentivar el turismo en salud. Para lograrlo, y para evitar su disminución debido a la última crisis económica que atravesó el mundo, este país diseñó y aprobó, en el año 2010, una reforma a la salud, cuya principal intención es la de brindar el seguro médico a cerca de 45 millones de personas que actualmente no tienen acceso al costoso sistema. (Delgado, 2012) Aunque en un comienzo esta reforma parecía ser una amenaza para el turismo en salud, pues muchas de las personas que ahora serían cobijadas por el seguro médico estadounidense, eran las mismas que antes viajaban en busca de atención médica, los

hechos han demostrado todo lo contrario. La reforma a la salud que se ha aplicado en Estados Unidos, al cubrir solamente la atención primaria, ha permitido estimular mucho más el turismo en salud. Acorde a las palabras de Delgado (2012):

La reforma no brinda cobertura para una serie de procedimientos médicos selectivos, los cuales van desde operaciones cosméticas hasta intervenciones ortopédicas y procedimientos cardiológicos. Este tipo de tratamiento constituye el grueso de los procedimientos que la mayoría de los turistas estadounidenses buscan en el exterior. (p. 57)

En estados Unidos, el apoyo que se le ha brindado al turismo en salud, a partir de la aplicación de una reforma cuya principal pretensión era la de mejorar el cubrimiento médico nacional, demuestra la teoría planteada por Eissler y Casker (2012), quienes afirman que para mejorar el flujo de turistas que viajan en busca de servicios en salud, es preciso fijarse primero en lo local, creando proyectos y políticas que fortalezcan desde adentro los diferentes sectores que convergen en el tema de salud. Según sus apreciaciones, para que el sistema médico de cualquier país goce de un buen prestigio en el extranjero, es necesario generar, en primera instancia, toda una serie de estrategias y acciones que fortalezcan los aspectos locales del sistema, la atención a la población nacional y el adecuado tratamiento de las personas que viven en el país. Es como ir de adentro hacia afuera, afirman Merlock, Lyon y Shepherd (2013), quienes además exponen que es totalmente ilógico querer mejorar la cantidad de turistas que visitan el país en busca de servicios médicos, si a nivel nacional no se están realizando todos los esfuerzos para atender de la mejor manera a la población local.

Estrategias Mundiales

Para fortalecer el turismo en salud, los países que hoy por hoy se consideran como los más reconocidos en prestar esta clase de servicios, han desarrollado y aplicado una serie de estrategias que es preciso reconocer, para identificar las brechas y retos que debe asumir Colombia. A continuación, por lo tanto, se explicarán, teniendo en cuenta el informe desarrollado por Lunt. et. all (2008), cuáles han sido estas estrategias que han aplicado países que en la actualidad se encuentran en la lista de las naciones más reconocidos a nivel mundial, por prestar sus servicios de turismo en salud.

- Taiwán, Turquía, Singapur, Malasia, Hungría y Polonia, han optado por vender al mundo una imagen positiva, basada en las ventajas competitivas de sus sistemas de salud, realizando ponencias en los grandes foros y debates de la salud a nivel mundial, utilizando la publicidad para publicar avisos y artículos en la prensa extranjera, y divulgando folletos que señalan las ventajas del país en cualquier tipo de evento internacional relacionado con la salud, el turismo y el bienestar.
- En Singapur, la medicina se ha convertido en un sector que se consolida desde la relación entre el gobierno y la industria, con la intención de promover el país como un lugar ideal para el cuidado de todo tipo de pacientes. De la tarea de promover el turismo en salud se encarga, principalmente, el Ministerio de Salud. Sin embargo, éste es apoyado por; la Junta de Desarrollo, que se encarga de realizar las inversiones para mejorar el sector de la salud; las empresas de carácter internacional, que difunden alrededor del mundo las ventajas competitivas del país, y la junta de turismo, que realiza el mercadeo en torno a las riquezas naturales y arquitectónicas. En este sentido, el éxito de un país como Singapur, al

posicionarse como uno de los destinos más populares para el turismo en salud, se debe a la integración que ha hecho de distintas juntas con el Ministerio de Salud, en donde cada una cumple una misión específica.

- India ha introducido una visa de carácter especial, la cual se le asigna a las personas que visitan el país por motivos médicos. Esta visa especial hace que sea más fácil viajar al país, permitiendo a la vez exenciones fiscales a los viajeros. Estas estrategias, diseñadas con la intención de facilitar la llegada y la estadía de los pacientes extranjeros, hacen que el país se haya convertido en un destino importante en materia de salud.
- En Japón, las estrategias se han dirigido a fortalecer el turismo en salud interno (en el cual los pacientes viajan a distintas ciudades dentro de un mismo país), revirtiendo así el crecimiento del turismo en salud internacional. Esto se ha hecho, principalmente, porque Japón no puede competir con los bajos precios de los tratamientos que se ofrecen en países como Tailandia e India. Así que con la intención de que los pacientes no viajen a estos países, desde el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, se ofrecen servicios y procedimientos médicos en las ciudades del país, caracterizados por su innovación y su calidad. Japón ha sido consciente de que no les posible ofrecer a la población precios más bajos que los que hay en otros países, y por ello ha optado por brindar servicios únicos que no se encuentran en otro lado, y por asegurar una gran calidad en cada tratamiento.
- Hungría ha desarrollado una fuerte industria de turismo en salud, al basar todos sus esfuerzos, inversiones y estrategias en un área especial, la odontología. El gobierno era consciente de que no podía competir con otras naciones europeas con mayor poder y capital, por lo cual decidió centrar su atención en un sector específico de la salud, que además es bastante requerido por los pacientes extranjeros.

- Corea del Sur aprobó una ley por medio de la cual se permite la creación y el funcionamiento de hospitales dedicados únicamente a atender pacientes extranjeros.
- En Polonia, se creó la Cámara de Comercio para el Turismo Médico, que funciona de la mano con la Asociación Polaca de Turismo Médico, con la intención de competir con las principales potencias de Europa. Gracias a la creación de estas agrupaciones, hoy en día Polonia es reconocido por los turistas que buscan servicios dentales y estéticos.
- En cada uno de los países líderes en turismo en salud, se evidencia una mezcla entre facilidades de tipo público y privado, lo cual hace más sencillo el flujo de turistas. Esto se puede notar, por ejemplo, en casos como el de Polonia, en donde las empresas privadas son las que facilitan la llegada de turistas en busca de servicios médicos, y que son atendidos en hospitales de carácter público.
- En Corea la principal estrategia ha sido la de disminuir los costos de la salud para pacientes extranjeros, en relación a sus países vecinos. Esto ha sido posible gracias a la función del Instituto Médico de Corea, con el apoyo de la Organización Coreana de Turismo, y la Asociación Médica Internacional Coreana, que se encargan de promover la industria del turismo en salud, a nivel local e internacional.

Brechas de Colombia ante países líderes para desarrollar el turismo en salud

Ya que se han mencionado las ventajas y privilegios que tiene Colombia para desarrollar el turismo en salud, y que se han explicado las estrategias que han tenido diferentes países, alrededor del mundo, para posicionar sus sistemas de salud a nivel internacional, es preciso, en este punto, señalar las desventajas que posee el país frente a estas naciones. Dichas desventajas son las que impiden, en parte, que Colombia ingrese a las listas de mayor

popularidad y reconocimiento de los países que prestan servicios de turismo en salud. A continuación, por lo tanto, se mencionarán estas problemáticas, para poder identificarlas y plantear, posteriormente, cuáles podrían ser las posibles soluciones que se deben implementar.

Falta de acreditaciones internacionales: La principal brecha que tiene Colombia respecto a otros países radica en que no todas las instituciones están acreditadas internacionalmente. En efecto, según Barriga. et. all (2011), sólo cinco de ellas han obtenido estas acreditaciones, que son necesarias e indispensables para poder ofrecer los servicios a los aseguradores internacionales de salud.

Imagen negativa de Colombia del exterior: El conflicto armado en el país, la inseguridad, los atentados y la violencia no sólo atentan contra el desarrollo, las actividades económicas, el bienestar y la vida de la población nacional. Además de ello, las noticias relacionadas con los conflictos del país llenan las páginas de la prensa internacional, y las imágenes de la guerra y de la violencia se muestran cotidianamente en los noticieros del mundo, lo cual genera una imagen bastante desfavorable. Sin duda alguna, esto hace que las personas, en muchos casos, sientan temor de visitar el país, a pesar de los esfuerzos que se han realizado desde distintos ministerios para proyectar una imagen de seguridad y tranquilidad.

Desconocimiento local del patrimonio histórico del país: Los mismos colombianos desconocen la enorme riqueza cultural que tienen, la variedad de monumentos históricos, de riquezas artísticas, paisajes naturales y biodiversidad. Por ello, no es posible proyectar de la mejor manera todas estas ventajas hacia el exterior, lo cual sin duda alguna haría que más turistas se interesaran en el país.

El nivel de bilingüismo de los profesionales en salud del país es bajo: En Colombia sólo el 55% de los médicos y el 8% de las enfermeras que prestan sus servicios son bilingües, contra el 80% y el 50% respectivamente en países como Tailandia. En India, por otro lado, el nivel de bilingüismo es del 100%.

Mala proyección de la diversidad de culturas: Básicamente por falta de interés, la gran mayoría de los colombianos no conoce las diferentes culturas que se han desarrollado en el país, sus manifestaciones artísticas, ni sus tradiciones e historia. El desconocimiento de estos aspectos, impide que se puedan proyectar a nivel internacional, haciendo difícil que en el extranjero sea reconocida la variedad y riqueza cultural del país.

Retos de Colombia para mejorar el rubro de turismo en salud

El primer reto que debe asumir el Estado Colombiano es identificar las desventajas que tiene frente a otros países, y hacer lo posible por mejorarlas. Sin duda alguna, estas representan la principal brecha que separan al sistema de salud nacional de muchos países en el exterior. En el caso del bajo nivel de bilingüismo que presentan los profesionales de la salud, el gobierno debe promover programas educativos, como postgrados y maestrías, que se complementen con la enseñanza de una segunda lengua, y que a la vez sean requisito para conseguir la titulación. Al interior de los hospitales y clínicas del país, se podrían promover e incentivar capacitaciones en idiomas para los empleados, cursos presenciales u online, con la intención de mejorar las estadísticas en este sentido. Por otro lado, en cuanto a la falta de conocimiento de la cultura y de los patrimonios históricos que existe en el país, es preciso, de la mano del Ministerio de Cultura, de los museos y principales centros artísticos del país, diseñar programas, eventos y obras en donde se destaquen las

tradicionales nacionales, y en donde se fomente el conocimiento por el pasado de la nación, y por las distintas costumbres y manifestaciones artísticas. A la vez, los colegios y las universidades tienen la misión de rescatar la cultura del país a nivel educativo, promoviendo el conocimiento por lo local y motivando a los estudiantes a estudiar e investigar las tradiciones y costumbres nacionales.

Invertir en la infraestructura de las distintas instituciones que prestan sus servicios de salud es un aspecto clave para conseguir las acreditaciones internacionales, razón por la cual es necesario mejorar el estado y presentación de las instalaciones de las clínicas y hospitales, de sus habitaciones, corredores, pasillos y los equipos médicos. Sin embargo, la desventaja más grande que tiene el país, sin duda alguna, es la violencia, la inseguridad y el largo conflicto armado, cuyas consecuencias son bien conocidas en todo el mundo. Ante esto, se han generado una serie de esfuerzos, siendo el más conocido la campaña liderada por Proexport (2013), titulada *Colombia, el riesgo es que te quieras quedar*, la cual está enfocada en promocionar al país como un destino turístico de excelencia a nivel mundial. Básicamente, esta campaña se creó en respuesta a las preguntas e inquietudes de personas en ferias internacionales de turismo, sobre la inseguridad que hay en el país. Para Proexport el problema está en que la gente desconoce las buenas cosas que hay en Colombia, la amabilidad de su gente, la riqueza natural y cultural. Por ello, la campaña enfrenta dicho desconocimiento, poniendo como aspecto positivo la percepción negativa de riesgo que se tiene en el mundo. Es preciso, por lo tanto, seguir creando este tipo de campañas que resalten las cosas buenas del país, para poder ir cambiando poco a poco la imagen gris que existe en muchos países.

Ahora bien, el análisis sobre las estrategias internacionales que se han desarrollado en el exterior para incentivar el turismo en salud, deja algunas lecciones que deben ser

tenidas en cuenta. Es claro que para poder lograr el éxito en este rubro, se deben integrar los esfuerzos de distintos ministerios y entidades, con la intención de cada uno cumpla una misión específica, ya sea realizar el mercadeo internacional sobre las ventajas competitivas del país, generar inversiones al campo de la salud, o mejorar la formación profesional de los médicos y de las enfermeras. Es necesario asignar y dividir las distintas funciones de las cuales depende el hecho de que los turistas se sientan atraídos por Colombia, y para ello se deben conjugar las gestiones del Ministerio de Salud con las del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, tomando como ejemplo el caso de países como Corea y Japón.

Por otro lado, la revisión de estrategias internacionales ha permitido notar que es necesario crear facilidades para las personas que viajan al país. Esto se puede lograr a través de dos acciones: 1) Ofrecer paquetes de viaje que incluyan los costos del vuelo, de la estadía en el hotel, de los trasportes al interior de la ciudad y de los procedimientos médicos que sean requeridos. 2) Facilitar la estadía de los turistas en salud al país, tomando como ejemplo el caso de India, en donde mediante una visa especial se le permite la exención fiscal a los viajeros. 3) Ofrecer toda serie de comodidades a los visitantes, como buenos hoteles ubicados cerca a las clínicas y hospitales, facilidades de pago, transportes y restaurantes. Todas estas facilidades harán más placentero y ameno el viaje a Colombia, gracias a lo cual muchos más turistas visitarán el país.

Además de ello, hay que vincular la gestión de la salud pública y privada, para que sea más fácil y accesible el tratamiento a pacientes extranjeros. Normalmente, en los países que son líderes en turismo en salud, estos servicios se ofrecen a través de entidades privadas, mientras que las clínicas en donde son atendidos son de carácter público. Esta mezcla facilita los trámites y agiliza los procedimientos para que los turistas puedan ser atendidos con mayor prontitud. También se podría tomar en consideración el caso de

Corea, en donde se ha permitido una ley para el funcionamiento de hospitales únicamente dedicados al tratamiento de pacientes extranjeros. Claro está, primero es necesario examinar si una ley como estas se puede aprobar en medio del contexto Colombiano, de sus necesidades y de las particularidades de su sistema de salud.

Es posible también seguir la estrategia aplicada por Hungría, en donde se ha hecho lo posible por fortalecer el sector de la salud en el cual eran más competitivos, la odontología. Según los datos que se han revelado, Colombia ha sido pionero en Latinoamérica en la realización de trasplantes, como por ejemplo de tráquea y de médula. Además de ello, es conocida a nivel mundial la reputación de los médicos colombianos que se encargan de las cirugías estéticas. La tarea entonces sería dedicar una mayor atención y generar mayores inversiones en alguno de estos sectores, con la intención de que sobresalgan a nivel internacional y que el país se convierta en el primer destino para los turistas que buscan atención y tratamientos en alguno de ellos.

Por otro lado, se necesita de una mayor publicidad internacional sobre las ventajas competitivas del país. El marketing, en estas cuestiones, como se ha podido observar, en un aspecto clave y fundamental. La prensa extranjera, el internet, las redes sociales, los foros internacionales de la salud y las ferias de turismo, serían los principales medios por los cuales el Estado Colombiano debe procurar mostrar las riquezas del país, la calidad de sus procedimientos en salud y de sus profesionales, los bajos costos de las intervenciones y la buena atención a los turistas. Si no se hace el marketing y la publicidad adecuadas a través de distintos medios, es muy difícil que el turismo en salud pueda seguir desarrollándose en Colombia. Para ello, se podría crear, como en el caso de Polonia, una Junta o Cámara dedicada exclusivamente a diseñar las políticas y estrategias para promover esta clase de turismo, encargada además de realizar toda la publicidad necesaria en el mundo.

Para finalizar, es necesario aclarar que todas estas estrategias deben combinarse con el desarrollo de proyectos, inversiones y programas que permitan mejorar el sistema de salud a nivel local. Para que más turistas se interesen en el país, es preciso lograr, en primera instancia, que la población nacional se sienta conforme y acogida por el sistema de salud. Si no hay unas buenas prácticas locales, si no se le presta la atención suficiente a los colombianos, es prácticamente imposible incentivar el interés de personas que viven en otros países. Por lo tanto, para mejorar la percepción exterior del sistema de salud nacional es necesario mejorar los niveles internos de atención, cubrimiento, facilidades, tiempos de espera y calidad. Gracias a ello, y a la práctica de las estrategias ya mencionadas, Colombia podrá entrar a las listas de países reconocidos mundialmente por sus servicios de turismo médico, logrará convertirse en un destino importante en este sector, y podrá mejorar sus niveles de crecimiento económico, desarrollo y bienestar general de la población.

Conclusiones

El estudio que se ha presentado sobre la gestión desarrollada en el país para promover e incentivar el turismo en salud demuestra la necesidad de realizar un balance sobre las ventajas y desventajas que tiene Colombia, en su interés de ser reconocido a nivel mundial por sus servicios médicos. Aunque son varias las ventajas que tiene el país, es necesario explotarlas y potenciarlas mucho más, para que puedan ser reconocidas en el extranjero, para que tengan una mayor difusión, y para que se puedan obtener los resultados esperados a partir de su marketing y publicidad. Por otro lado, también existen una serie de desventajas, las cuales se han convertido en brechas que separan al sistema nacional de salud con el de los países que han logrado posicionarse como líderes en materia de turismo médico. Es necesario poner atención a estas desventajas, y buscar las estrategias adecuadas para minimizarlas en la mayor medida posible. En este sentido, la principal conclusión a la que es posible llegar luego del estudio que se ha realizado, es que para que Colombia logre ingresar a las listas de los países con mayor popularidad en el rubro de turismo de salud, debe potenciar las ventajas de tipo climático, geográfico, profesional y cultural que posee; encontrando a la vez caminos para mejorar sus desventajas relacionadas, principalmente, a la falta de acreditaciones internacionales para las clínicas y hospitales, y a la mala imagen del país en el exterior, a causa del conflicto armado y la violencia

No es extraño que el gobierno nacional actual ubicara al turismo en salud como uno de los 12 puntos centrales sobre los cuales es necesario crear gestiones que favorezcan su

desarrollo. Como se ha visto, éste le representa a los países unas enormes oportunidades de crecimiento económico, básicamente por el hecho de que no sólo genera aportes al sector de la salud, sino a otros que indirectamente se relacionan, como el comercio y la hotelería. En el mundo es cada vez mayor la necesidad de mejorar los servicios de salud a extranjeros, con la intención de motivar esta clase de turismo, que deja grandes beneficios al interior de cualquier nación. Colombia no ha sido ajena a este interés, y ha realizado esfuerzos por promover a nivel mundial sus ventajas competitivas, pero todo esto no ha sido suficiente.

El análisis de las estrategias que han seguido las naciones referentes en turismo y salud sirve para notar que los proyectos que se diseñen en el país para desarrollar y mejorar este sector, deben partir de un reconocimiento de las limitaciones y desventajas que tiene frente a otros países. Este ha sido el caso, por ejemplo, de Japón, que al no poder competir con los bajos precios de la salud en los países vecinos, optó por ofrecer cirugías e intervenciones novedosas y originales, con la mayor calidad posible. Es esto, precisamente, lo que se debe hacer en Colombia, reconocer qué es lo que no se puede hacer, ya sea por motivos de presupuesto, infraestructura o personal, y potenciar los servicios y productos que se pueden ofrecer al mundo. Además de ello, dentro de las estrategias que es posible seguir en el país, se encuentra la de generar facilidades de viaje y estadía para los turistas, integrar los esfuerzos de los ministerios y de juntas encargadas de promover el turismo en salud; mejorar el marketing de las ventajas que presenta el territorio, como los bajos costos de la salud, la variedad climática y la riqueza natural; y vincular a la salud pública y privada para que las clínicas y hospitales nacionales sean más accesibles a los pacientes extranjeros.

Aún son muchos los retos que tiene que asumir el país para atraer una mayor cantidad de turistas en salud, y aún son muchas las brechas que es necesario superar. Sin

embargo, el estudio ha demostrado que hay un buen terreno en el cual sembrar, que hay unas buenas oportunidades para aprovechar, y que el camino está servido para que Colombia, en los próximos años, se convierta en un destino turístico relevante debido a la buena calidad y atención en salud para pacientes extranjeros. Para ello, es urgente analizar cuáles son las limitaciones y cómo se pueden contrarrestar, identificando qué es lo que pueden encontrar en Colombia los turistas que no hay en otros países, no sólo a nivel médico y profesional, sino a nivel de la cultura, de la riqueza patrimonial, de la biodiversidad y la variedad de recursos, la flora y la fauna, los patrimonios históricos, las expresiones artísticas, la calidad y amabilidad de la gente: todo lo cual, en conjunto, conforma el sentido original de la campaña creada por Proexpoert, que titula *Colombia, el riesgo es que te quieras quedar*.

Recomendaciones y Propuesta

La investigación que se ha desarrollado tiene una base completamente teórica, a partir de un método de recolección de literatura y análisis bibliográfico. Para complementar y profundizar las conclusiones a las que se ha llegado, es oportuno desarrollar proyectos que tengan un enfoque de trabajo de campo, localizado en hospitales y clínicas del país, que permitan confrontar los datos que se han expuesto, como las ventajas y desventajas que hay en Colombia para promocionar y desarrollar el turismo en salud. A la vez, esto permitiría generar un mayor análisis en torno al tema de las acreditaciones internacionales, la formación profesional de los médicos y enfermeras y el bilingüismo. Con un estudio de campo de estas dimensiones, a la vez se podría observar la infraestructura de las clínicas en Colombia, el estado de sus instalaciones, la calidad de sus equipos médicos y la tecnología que se está aplicando. También es oportuno indagar por las estrategias que han desarrollado por promover el turismo en salud (si es que lo han hecho), y qué resultados han obtenido a partir de ello.

Cabe aclarar que una investigación de este tipo se complica por el hermetismo de algunos centros médicos por compartir información sobre su gestión y funcionamiento. Por ello, y para evitar este tipo de contrariedades, es bueno escoger varias clínicas y hospitales, de carácter privado y público, con la intención de tener distintas opciones a la hora de realizar el estudio, los cuestionarios y las observaciones. Como se ha dicho, la principal intención de ello es confrontar y generar una mayor profundidad en torno a los resultados que se han generado en la presente investigación, razón por la cual es presente tener claros

los conceptos de turismo en salud, además de las estrategias que se han aplicado en otros países para desarrollar este sector.

Un estudio de este tipo, en donde se incluyan visitas, observaciones, entrevistas y cuestionarios, sería la culminación ideal para un trabajo diseñado desde un plano teórico, para poder conocer más a fondo la realidad del turismo en salud en Colombia, los proyectos que se han diseñado para estimularlo, y los problemas que se han encontrado y que no han permitido su progreso total. A la vez, permitiría generar conocimientos más exactos y definitivos en torno a las brechas que separan al sistema de salud colombiano con el de otros países que hoy en día asumen el liderazgo en materia de turismo médico.

Anexo 1

Cuestionario de Investigación Fundación Santa Fe

- 1) ¿Cuándo comenzó la FSF a realizar contacto con extranjeros para realizar procedimientos médicos? ¿De dónde nace la idea?
- 2) ¿Cómo se ha venido preparando la FSF para llegar a ser más competitivos en este tipo de servicio?
- 3) ¿Cuál es el medio de contacto con los extranjeros que se llegan a realizar dichos procedimientos?
 - a. Teléfono
 - b. Internet - Página Web
 - c. Referencia de pacientes satisfechos (Voz a voz)
 - d. Referencias por médicos Colombianos que practican en otros países
 - e. Atención y primer contacto en Bogotá
 - f. Publicidad en otros medios
- 4) ¿Cuál es el proceso que normalmente sigue el extranjero después de haber hecho el primer contacto?
- 5) ¿La FSF tiene algún departamento encargado de conseguir esta clase de pacientes? Como es el proceso?
- 6) ¿Qué número de turistas se están atendiendo anualmente y que porcentaje de participación tienen con respecto al número total de pacientes de la FSF?
- 7) ¿Qué estadísticas lleva la FSF para hacerle seguimiento a la línea de Turismo en Salud?
- 8) ¿Qué clase de servicios se están practicando los turistas?
 - a. Diagnósticos
 - b. Tratamientos por Especialidad
 - c. Segunda o tercera Opinión médica
 - d. Procedimientos estéticos
 - e. Trasplante de Órganos
 - f. Tratamientos de fertilidad
 - g. Chequeos Ejecutivos
 - h. Otros Cuáles?
- 9) Indicar el número de pacientes por cada procedimiento, índices, indicadores y porcentajes de participación de cada uno.
- 10) ¿Cómo son los cobros por los servicios prestados?
- 11) ¿Manejan planes o paquetes de salud? (Tipo Asistencia)(paquetes que incluyan los tratamientos médicos, hospedaje, alimentación, traslados y recorridos turísticos posibles, de acuerdo con la complejidad de los tratamientos
- 12) ¿Cómo se hace seguimiento de pacientes atendidos en la FSF que regresan a sus países de origen?

- 13) ¿Existen estadísticas que permitan conocer efectos indeseables o complicaciones (Reacciones Adversas) en pacientes extranjeros? Como se maneja este aspecto?
- 14) ¿Cómo es el perfil del paciente que llega de otro país a realizarse un procedimiento en la FSF? (Perfil demográfico, país de procedencia, Número de acompañantes.
- 15) En caso de emergencia como es el procedimiento, ¿cómo es la relación con los familiares del paciente?
- 16) ¿Cómo se maneja el contacto con servicios como alojamiento, pre y pos atención en la FSF del paciente y sus acompañantes?
- 17) ¿Existe algún tipo de convenio con otras entidades? ¿Cuáles?
- 18) Tienen alguna conexión con servicios de Wellness? Como funciona este aspecto?
- 19) ¿Cómo se ha venido preparando la FSF para mejorar la oferta de Turismo en Salud?
- 20) ¿Cuál es el Objetivo a Futuro en este campo?

Referencias

- América Economía. (2012). Ranking de hospitales y clínicas 2012. México, Sep 2012.
- Artal, A, García, A & Ruiz, J.(2004). El turismo de salud, características de la demanda: implicaciones y consecuencias para el tejido empresarial de la región de Murcia. España: Universidad Politécnica de Cartagena.
- Bancoldex. (2010). Bancóldex apoya turismo como eje de desarrollo territorial. Colombia. [En línea]. Recuperado el 22 de Octubre en: http://www.bancoldex.com/documentos/1959_comunprensa510.pdf
- Brandon, C & Collen, M. (2011). Medical Tourism's Impact on Health Care Equity and Access in Low- and Middle-Income Countries: Making the Case for Regulation. Canadá: Journal of Law, Medicine & Ethics.
- Barriga, A. Farias, M. Ruiz, A. Sánchez, A & Barbosa, W. (2011). Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia. Colombia: Cien. Tecnol. Salud. vis. ocul. / vol. 9, no. 1 / enero-junio de 2011 / pp. 125-137.
- Cohen, G. (2012). How to regulate medical tourism (and why it matters for bioethics) Estados Unidos: Developing World Bioethics.
- Connel, J. (2013). Medical Tourism in the Caribbean Islands: A Cure for Economies in Crisis? Australida: University of Sydney.
- Counly, D. (2009). Medical Tourism and International Healthcare Options. Inglaterra.
- Delgado, A. (2012). De mala a buena medicina. México: Revisita América Economía, Sep 2012.

- Delloite (2008). Turismo Médico: Actualización e Implicaciones. México: Centro de Soluciones para la Salud de Deloitte.
- Delloite (2011). Medical tourism: Consumers and search of values. Estados Unidos: Deloitte Center for Health Solutions.
- Diazgranados, S. (2009). Sector servicio de salud. Colombia: Vicepresidencia de inversión extranjera.
- Eissler, M & Casker, J. (2012). Seeking Health Care Through International Medical Tourism. Estados Unidos. Journal of nursing scholarship.
- Lee, C & Spisto, M. (2011). Medical Tourism, the Future of Health Services. Estados Unidos: Tourism Research Unit.
- López, P. Henn, M. Allen & M. Gonçalves, J. (2011). El turismo de salud y el uso terapéutico del agua. España: Estudios y Perspectivas en Turismo.
- Lunt, N. Smith, R. Exworthy, M. Green, S. Horsfall, D & Mannion, R. (2008). Medical tourism: systems, markets and health ans health system implications. Estados Unidos: OECD.
- Merlock, K. Lyon, L & Shepherd, K(2013). Celebrity Treatment: The Intersection of Star Culture and Medical Tourism in American Society. Estados Unidos: The Journal of American Culture _ Volume 36, Number 2 _ June 2013.
- Munro, J. (2012). What is medical tourism? Estados Unidos: MTQA
- Pedreño, S. (2010). Evolución en Europa del turismo estético, médico y de salud. España: Universidad Politécnica de Valencia.

Proexport (2012). Profesionales altamente calificados. Colombia. [En línea]. Recuperado el 22 de Octubre en: <http://www.proexport.com.co/salud-colombia/industria-salud-colombia/profesionales-altamente-calificados>

Proexport (2013). Campaña de turismo de Colombia: Colombia, el riesgo es que te quieras quedar. Colombia. [En línea]. Recuperado el 22 de Octubre en: <http://www.colombia.travel/es/prensa/campana-del-riesgo>

Rufilanchas, L. (s,f). Turismo de Salud. España: Ministerio de industria, comercio y turismo.

Smith, K. (2012). The problematization of medical tourism: a critique of neoliberalism. Estados Unidos: 9 Developing World Bioethics.

Snyder, J & Crooks, V. (2012). New ethical perspectives on medical tourism in the developing world: Estados Unidos: ISSN 1471-8731 (print); 1471-8847.

Transparent Borders (2012). Medical Tourism - International Healthcare GDP Evaluation & Trending Benchmarks. Estados Unidos.

Turner, L. (2012). News media reports of patient deaths following 'medical tourism' for cosmetic surgery and bariatric surgery. Estados Unidos: Developing World Bioethics.

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo María Fernanda Patiño Merchañ

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 42139928

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Brechas que separan a Colombia de los países líderes en turismo de salud y retos que debe asumir para incentivar el desarrollo del sector.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: María fernanda Patino NOMBRE COMPLETO: _____
 FIRMA: [Firma] FIRMA: _____
 DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 42139928 DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
 FACULTAD: Administración de Empresas FACULTAD: _____
 PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____ NOMBRE COMPLETO: _____
 FIRMA: _____ FIRMA: _____
 DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
 FACULTAD: _____ FACULTAD: _____
 PROGRAMA ACADÉMICO: _____ PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: _____

[Firma] 11-11-2013.