

TURISMO MÉDICO Y DE BIENESTAR: CONTEXTO GLOBAL Y PERSPECTIVAS PARA MÉXICO COMO PAÍS DE INTERÉS

Elaborado por Dra. Sheila Sánchez Bergara
Dirigido por Dra. María del Pilar Leal L.

Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea (IDITUR)

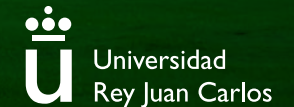
Miembro de:



Partners Académicos:



Universitat
de Lleida



Universidad
Rey Juan Carlos

TURISMO MÉDICO Y DE BIENESTAR: CONTEXTO GLOBAL Y PERSPECTIVAS PARA MÉXICO COMO PAÍS DE INTERÉS

Autores:

Dra. Sheila Sánchez Bergara

*Doctora Cum Laude en Turismo y Ocio por la Universitat Rovira i Virgili.
Miembro del Centro de Investigación, Divulgación e Innovación en Turismo (IDITUR) de
Ostelea, School of Tourism and Hospitality, donde actualmente imparte clases como
profesora.*

*Miembro del International Forum of Travel and Tourism Advocates (IFTTA).
Licenciada en Derecho por la Universidad de La Habana.*

Abogada colegiada en el Ilustre Colegio de Abogados de Barcelona (Nº de colegiado 42410).

*Es autora de varias obras académicas que versan sobre la relación entre propiedad
intelectual, el turismo, el ocio y las nuevas tecnologías.*

Coordinado por:

Dra. Maria del Pilar Leal L.

Centro de Investigación, Divulgación e Innovación en Turismo (IDITUR)

CONTENIDO

01

PANORAMA GLOBAL

PÁG. 4

02

PRINCIPALES PERFILES Y MOTIVACIONES DEL TURISTA DE SALUD Y BIENESTAR

PÁG. 9

03

ASPECTOS CLAVE EN LA ELECCIÓN DE UN DESTINO DE TURISMO DE SALUD

PÁG. 11

04

EL TURISMO MÉDICO POR REGIONES

PÁG. 14

05

EL TURISMO DE SALUD EN MÉXICO

PÁG. 18

06

CONCLUSIONES

PÁG. 24

07

FUENTES DE INFORMACIÓN

PÁG. 26

CONOCE OSTELEA

Somos un Centro Universitario Internacional especializado en la formación de líderes, y técnicos de la industria del Hospitality y del Turismo con pasión por el servicio y una visión multicultural.

Nuestra **misión** es contribuir al desarrollo social, económico y cultural de forma sostenible de la industria, a través de la formación de directivos, profesionales del sector. Estamos comprometidos con la innovación e impulsamos el vínculo entre empresas del sector y Ostelea para nutrir al mercado de nuevas soluciones.

Impartimos, MBA y Masters en las principales áreas de formación de turismo como: Hotel Management, Turismo & Hospitality, Protocolo y Organización de Eventos, Emprendimiento en Negocios Turísticos, Destinos Turísticos y Grado en Turismo y Ocio. Estos programas se imparten en modalidad presencial full time y executive, y para ofrecer mayor flexibilidad a nuestros alumnos, algunos programas se imparten también en modalidad online.

Nuestros **alumnos** son el centro de la actividad, a ellos transmitimos un conocimiento aplicable y práctico, gracias, a nuestro **claustró** de profesores que combinan su actividad docente con posiciones de responsabilidad en las principales compañías del sector turístico.

Ostelea desarrolla su actividad en dos campus: Barcelona y Madrid. Dos enclaves privilegiados que nos permiten unir el conocimiento académico con el conocimiento práctico de la gestión de las mejores entidades públicas y privadas que lideran en Europa y en el mundo el sector turístico y la industria del hospitality.

Ostelea ha sido reconocida por las principales asociaciones del sector turístico y de la formación.

Formamos parte de **OMT (Organización Mundial de Turismo)** y somos uno de los miembros de su Red de Conocimiento, la más importante del sector. Ostelea también ha sido invitada a formar parte de **CHRIE (Council of Hotel, Restaurant, and Institutional Education)**, la principal red internacional de centros universitarios de turismo (con sede en Estados Unidos de América) y a la que solo pertenecemos dos miembros en España.

También Ostelea decidió adherirse en 2015 a **PRME**, la campaña de **Naciones Unidas** para promover una educación responsable en management. Además, somos miembros activos de **AEPT** (Asociación Española de Profesionales de Turismo), **AEDH** (Asociación Española de Directores de Hotel), **EARTH** (European Alliance of Responsible Tourism and Hospitality) y **ATLAS** (Association for Tourism and Leisure Education and Research).

En Ostelea mantenemos una estrecha relación con el ecosistema empresarial, consideramos que es la base de nuestros programas académicos y nuestras actividades relacionadas. La sólida relación que mantenemos con el mundo empresarial nacional e internacional nos permite obtener una visión privilegiada de las empresas del sector de Turismo y Hospitality. En la actualidad, un **centenar de compañías** como Hilton, American Express, Barceló Viajes, Lonely Planet y Turijobs forman parte de nuestra red.

Esta red de conocimiento empresarial también la enriquecemos gracias a nuestra Red Global de Partners Universitarios Internacionales, más de treinta universidades y centros de formación de turismo de todo el mundo con los que compartimos un intercambio constante de conocimiento, claustró y alumnos.

En el Campus de Barcelona, Ostelea es centro adscrito a la **Universitat de Lleida**, la cuarta mejor universidad de España en docencia y con una clara orientación internacional, la cual dota de oficialidad a diferentes programas de la escuela.

En el Campus de Madrid, Ostelea cuenta con la **Universidad Rey Juan Carlos** para la oficialidad en algunos de sus programas. Ambos campus, también cuentan con uno de los principales partners del sector de la formación internacional: **EAE Business School**. Esta exclusiva alianza nos permite contar con una ventaja competitiva relevante, ya que somos el único centro de formación en el sector que combina el aprendizaje de turismo con el desarrollo de los principales conocimientos y competencias del mundo del management. EAE ha formado a más de 70.000 directivos que hoy lideran importantes empresas y ha sido reconocida como una de las principales escuelas de negocios de España en diferentes rankings nacionales e internacionales.

Para contactar
con el Departamento
de Comunicación

Eva Buendía
ebuendia@ostelea.com
comunicacion@ostelea.com
Tel. 93 281 23 80

OSTELEA es miembro de:



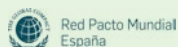
OMT
Organización Mundial
del Turismo



AEPT
Asociación Española de
Profesionales del Turismo



AEDH
Asociación Española
de Directores de Hotel



ATLAS
Association for
Tourism and Leisure
Education and
Research



ITH
Instituto Tecnológico
Hotelero

01

PANORAMA GLOBAL

01. Panorama global

Recientes estimaciones del International Healthcare Research Center (IHRC) calculan que la industria del turismo médico crecerá hasta un 25% durante los próximos diez años. Estas proyecciones se basan, a su vez, en previsiones de que entre el 3 y el 4 % de la población mundial realizará viajes internacionales para recibir tratamientos relacionados con la salud (IHRC, 2016).

En el escenario global se constata un patrón de crecimiento liderado por Estados Unidos, en términos de cuota de mercado y gastos de viaje. Sin embargo, países como Tailandia, Singapur, Colombia o México, por sólo mencionar algunos, ocupan cada vez más, un lugar de referencia en la industria del turismo de salud.

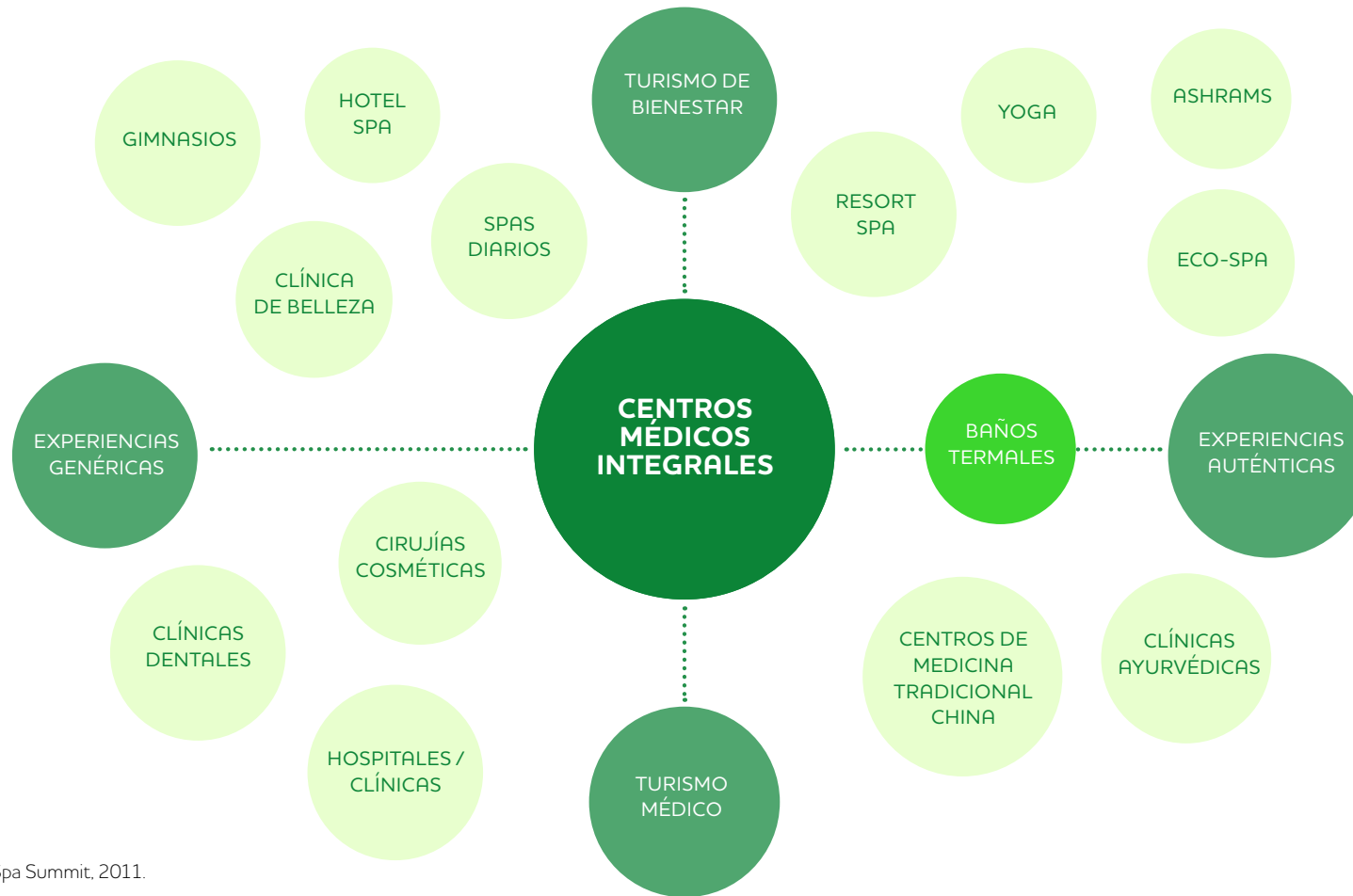
El turismo de salud incluye tanto los viajes realizados con fines médicos, como aquellos vinculados al bienestar físico y mental. Se habla de turismo médico, cuando las personas viajan para recibir tratamiento médico, lo cual suele incluir procesos de evaluación y diagnóstico, procesos quirúrgicos y/o de rehabilitación. Mientras que, la segunda tipología de viajes, es decir, aquellos identificados con el turismo de bienestar, se refiere a aquellos viajes que tienen entre sus motivaciones recibir terapias y tratamientos cosméticos y preventivos. Es decir, el turismo de bienestar está más orientado a la búsqueda de la mejora de la salud y la calidad de vida.

Una visión más esquemática de la variedad de la oferta que compone el mercado de turismo médico se representa en el [Gráfico 1](#).



GRÁFICO 1

Mercado de turismo médico.



Fuente: Adaptación de Global Spa Summit, 2011.

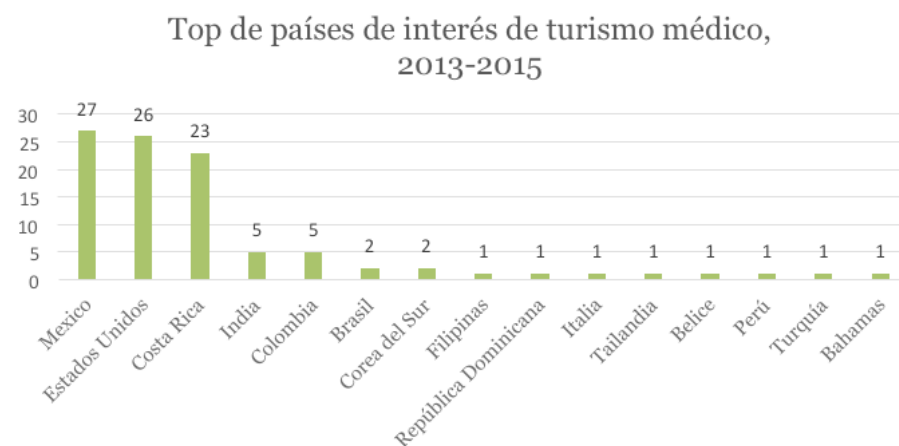
Como puede comprobarse del gráfico precedente, en este subsector turístico participan actores específicos del sistema sanitario. De acuerdo a las peculiaridades de cada destino, pueden encontrarse clústeres u otro tipo de agrupaciones que reúnen y coordinan a los diferentes agentes. En este escenario, los mediadores o facilitadores de turismo médico requieren una mención especial. Esta figura es considerada una pieza clave ya que suele ser el primer interlocutor con el futuro turista/paciente, funcionan como intermediarios que orientan en la búsqueda y selección de la oferta y desempeñan un rol clave en la promoción de destinos, centros de salud, especialistas y tratamientos.

Un análisis sobre los datos macroeconómicos de este nicho turístico permiten afirmar que se encuentra en auge. Este hecho se explica debido al interés que despiertan los viajes relacionados con la salud y el bienestar en un número cada vez más creciente de turistas. El aumento de la demanda ha venido acompañada de un crecimiento en la oferta durante la última década. Razón por la cual, cada vez más es posible encontrar destinos emergentes que lo incorporan en su oferta. Así por ejemplo, en el período comprendido entre 2013-2015, en el top de destinos de turismo médico, que mayor atención despertaban, se pueden encontrar países de casi todos los continentes (Gráfico 2). Esta tendencia también se puede constatar en los resultados del Índice de Turismo Médico, elaborado por el IHRC (Tabla 1).

De acuerdo con un estudio desarrollado por Onkar y Shaikh (2017) el mercado de turismo médico puede segmentarse según el tipo de tratamiento. En este estudio lo dividen en: tratamiento cardiovascular, tratamiento ortopédico, tratamiento neurológico, tratamiento contra cáncer, tratamiento de la fertilidad y otros. En todos ellos se prevé un crecimiento moderado de 2017 a 2023, siendo los tratamientos contra el cáncer los que mayor proyección de crecimiento presentan. Sin embargo, un estudio similar realizado por Orbis Research (2017) además de los tratamientos previamente mencionados, incluye otros dos segmentos al mercado de turismo médico, ellos son, los tratamientos dentales y los cosméticos.

GRÁFICO 2

Top de países que generaron interés en turismo médico, 2013-2015.



Fuente: Statista - The Statistics Portal, 2018.

TABLA 1

Top 5 de países de turismo médico, 2016-2017.

Posición	País	Índice global
1	Canadá	76.62
2	Reino Unido	74.87
3	Israel	73.91
4	Singapur	73.56
5	India	72.10

Fuente: Elaboración a partir de datos del Índice de Turismo Médico, 2018.

Otra cuestión de vital importancia en este nicho turístico es la acreditación de los servicios de salud. Indiscutiblemente, el turismo médico, más que otras especialidades turísticas, requiere garantizar la salud y la seguridad de los turistas, que son a su vez pacientes. Es por ello que, las normas generales de calidad no suelen ser suficientes y los centros sanitarios para ganar en competitividad y proyección internacional deben acreditarse conforme a estándares internacionales. En la **Tabla 2** se presentan algunas de las acreditaciones más reconocidas.

Es importante mencionar que las certificaciones precedentes tienen un reconocimiento internacional, sin embargo, también algunos países cuentan con sus propios sistemas de certificaciones. Por ejemplo, España cuenta con la norma UNE 177.003:2013 de seguridad del paciente y México dispone de la Certificación del Consejo Mexicano de la Industria de Turismo Médico. Por otro lado, también existen certificaciones específicas por subsectores de turismo médico, como las que ofrecen la American Heart Association o la de la American Association for Accreditation of Ambulatory Surgery Facilities International (AAAASF).

Para concluir, es importante mencionar que a pesar del continuo crecimiento del turismo médico, todavía no es posible contar con estadísticas uniformes y desagregadas. Es por ello que, los datos incluidos en este informe provienen, fundamentalmente, de reportes sectoriales, realizados en su mayoría, por entidades privadas.

TABLA 2

Principales certificaciones para el turismo médico.

Certificación	Ámbito	Características
International Society for Quality in Health Care	Su red incluye a centros de 100 países en todos los continentes.	Evalúa a los entes nacionales y regionales de evaluación.
Joint Commission/Joint Commission International	Centros sanitarios en más de 70 países.	Estándares internacionales adaptados a las características legales, religiosas y culturales de cada país.
Agencia Internacional de Acreditaciones de Canadá	Internacional.	Es la más antigua de todas. Estándares propios.
Facilitada por Treatment Abroad	Internacional.	Estándares propios.
DIAS	Centrada en el ámbito europeo	Estándares que buscan la homologación a nivel europeo.
ISO 9001	Internacional	Estándares genéricos, no específicos de sanidad.
QHA Trent de Reino Unido	Internacional	Estándares propios.
Consejo Australiano de Estándares Internacionales para el Cuidado de la Salud (ACHSI)	Internacional	Estándares propios.
Acreditación Francia (La Haute Autorité de Santé)	Internacional.	Estándares propios.

Fuente: Elaboración a partir de datos del Índice de Turismo Médico, 2018.

02

PRINCIPALES PERFILES Y MOTIVACIONES DEL TURISTA DE SALUD Y BIENESTAR

2. Principales perfiles y motivaciones del turista de salud y bienestar

Teniendo en cuenta las favorables previsiones del turismo de salud, una de las primeras acciones que empresas y destinos deben desarrollar es la segmentación del mercado. De ese modo, podrán adecuar la oferta a los diferentes perfiles. En este sentido, es imprescindible analizar los cambios socio-culturales, económicos y tecnológicos que inciden en las percepciones y hábitos de los potenciales turistas de salud.

Los 5 elementos del actual contexto que favorecen el turismo de salud son:

1. El aumento de la esperanza de vida.
2. Niveles de educación más altos.
3. Mayor interés por el bienestar y la salud física y mental.
4. Propensión a viajar.
5. Ofertas turísticas con una amplia gama de precios.

De manera más específica, en el Informe del Índice de Turismo Médico (IHRC, 2016) se prevé que para 2025, el 13 % de los viajes internacionales los realizarán adultos mayores. Este dato, viene a reforzar la actual tendencia que sitúa al segmento senior en el foco de atención de este nicho turístico. Sin embargo, la concienciación en la importancia del cuidado del cuerpo y la mente han favorecido el surgimiento de nuevos perfiles, lo cual previsiblemente provocará cambios en las características del segmento senior a largo plazo, y a su vez, diversificará los actuales perfiles.



Cada destino, deberá estudiar en profundidad y sistemáticamente, las características de su demanda, de ese modo, podrá detectar sus necesidades y ofrecer una oferta sostenible y competitiva. En la [Tabla 3](#) se sintetizan **tres perfiles de turistas de salud**, sus motivaciones y el tipo de oferta que buscan.

TABLA 3

Perfiles, motivaciones y oferta.

Perfiles	Principales características	Motivaciones	Oferta
Perfiles	+ 50 años Mayor disponibilidad de tiempo libre. Mayor capacidad de gasto. Mayor aversión al riesgo. Más sensibles a cuestiones sanitarias y de seguridad. Alto grado de sofisticación. Amplia experiencia en viajes. Propensos a estancias más largas. Predisposición a viajar. Buscan actividades más pasivas.	Salud. Evasión. Disfrute vacacional.	Terapias y tratamientos preventivos y curativos.
Senior de alma joven.	+50 años Mayor disponibilidad de tiempo libre. Mayor capacidad de gasto. Mayor aversión al riesgo. Más sensibles a cuestiones sanitarias y de seguridad. Alto grado de sofisticación. Amplia experiencia en viajes. Propensos a estancias más largas. Predisposición a viajar. Buscan aventura y tiempo en familia de calidad.	Salud. Evasión. Disfrute vacacional. Diversión. Cultura.	Terapias y tratamientos para relajarse y/o mantenerse en forma.

Millenials	Nacidos entre 1980-1994, aproximadamente. Enfocados en el corto plazo. Necesidad de acceder a la información rápidamente. Poca tolerancia a los retrasos. Necesidad de estar conectados. Comparten sus experiencias simultáneamente. Las recomendaciones de pares en las plataformas online son fundamentales para la toma de decisiones. Escépticos frente a campañas publicitarias tradicionales. Prefieren organizar sus propios viajes. Más sensibles a la protección del medio ambiente y cuestiones sociales. Menor capacidad económica, especialmente a consecuencia de la crisis de 2008.	Salud. Cultura. Evasión. Inmersión en la comunidad local.	Terapias alternativas y tratamientos cosméticos y de bienestar.
------------	---	--	---

Fuente: Elaboración propia a partir de varias fuentes, 2018

03

ASPECTOS CLAVE EN LA ELECCIÓN DE UN DESTINO DE TURISMO DE SALUD

3. Aspectos clave en la elección de un destino de turismo de salud

Son varios los factores determinantes al momento de seleccionar un destino. Debido a que **las motivaciones respecto al turismo médico no coinciden completamente con las del turismo de bienestar**, los aspectos clave en la toma de decisiones respecto al lugar a visitar también varían.

Por ejemplo, respecto al **turismo médico**, elementos como la calidad de los servicios médicos, el nivel tecnológico de los procedimientos y equipamientos, los costes de transporte, alojamiento, tiempos de espera, medicamentos y servicios adicionales, así como el idioma, la cercanía cultural o el marco legal, resultan determinantes al momento de decantarse por un destino u otro (Tabla 4).

Sin embargo, en el caso del **turismo de bienestar**, tienen una mayor relevancia el encuentro con nuevas culturas a través del paisaje, la gastronomía y las tradiciones, los costes de las terapias, alojamiento, transporte y actividades complementarias, se sitúan en segunda posición, y los recursos naturales y paisajísticos, la seguridad y las infraestructuras del destino integran el tercer factor a considerar en la toma de decisiones (Tabla 4).

TABLA 4

Tabla 4 Factores determinantes en la elección de destinos de turismo médico y de turismo de bienestar.

Orden de preferencia	Destino de turismo médico	Destino de turismo de bienestar
1	Profesionales, servicios e instalaciones médicas.	Oferta de ocio.
2	Costes.	Costes.
3	Entorno cultural.	Imagen del destino.

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes de información consultadas, 2018

04

EL TURISMO MÉDICO POR REGIONES

4. El turismo médico por regiones

El Índice de Turismo Médico analiza la competitividad del turismo médico en 41 países alrededor del mundo. Si bien este indicador se focaliza en destinos concretos, un análisis de los datos por regiones geográficas, permite constatar la posición puntera que ocupa América respecto al resto de regiones analizadas. En la segunda posición se encuentra Europa, seguida de Asia (Tabla 5) A pesar de que en América sólo hay incluidos nueve países de todo el continente, vale destacar que las dos primeras posiciones corresponden a Canadá y Colombia. Estos destinos, a su vez, ocupan la primera y la décima posición entre los cuarenta y un analizados para elaborar este indicador (Tabla 6). Factores como el entorno del destino, la industria de turismo médico y la calidad de los servicios e infraestructuras, han servido para evaluar y comparar la competitividad de estos países respecto a este nicho turístico. En la interpretación de estos datos, hay que considerar que cuestiones como la seguridad en el destino y las certificaciones internacionales de los servicios e instalaciones, son fundamentales para obtener puntuaciones más altas. Estos factores ayudan a explicar que países como Argentina, Brasil y México ocupen las posiciones 21, 22 y 29, respectivamente.

Por otra parte, de acuerdo a los datos previamente comentados, México se encuentra en la novena posición entre los países de América. Sin embargo, si se considera el valor del mercado, la situación se revierte drásticamente. En este sentido, y considerando sólo cinco países de la región, tanto en 2014 como en las estimaciones para 2019, México ocupa, con una significativa diferencia, la primera posición, seguido de Colombia y Brasil (Gráfico 3). No obstante, más allá de los valores absolutos, si se analizan las variaciones interanuales, las tres primeras posiciones estarían ocupadas por los siguientes países:

1. Colombia con un 82.3%
2. Argentina con un 73.4%
3. México con un 35.3%.



TABLA 5

Índice de turismo médico por regiones geográficas, 2016-2017.

Regiones	Países	Índice total	Índice integrado de los principales destinos
América	Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Jamaica, México, Panamá.	64.48	76.62
Asia	China, India, Japón, Corea del Sur, Filipinas, Singapur, Tailandia, Taiwán.	63.19	73.56
Europa	Francia, Alemania, Italia, Malta, Polonia, Rusia, España, Turquía, Reino Unido.	63.50	71.90
Oriente Medio	Abu Dabi, Bahréin, Dubái, Egipto, Irán, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Qatar, Arabia Saudí.	63.40	67.54
África	Marruecos, Sudáfrica, Túnez.	57.51	62.20

Fuente: Elaboración a partir de datos del Índice de Turismo Médico, 2016-2017.

Son varios los factores que potencian el atractivo de México como destino de turismo médico. Su trayectoria en este nicho turístico está respaldada por su cercanía a los Estados Unidos de América, el desarrollo de servicios médicos privados, costes más económicos respecto a sus competidores del norte, sus paisajes y sus elementos culturales. A su vez, especialidades como cardiología, cirugía cosmética y reconstructiva, salud reproductiva y fertilidad, oftalmología, oncología, odontología, gastrocirugía y traumatología son algunas de las que más turistas atraen. A continuación, se abordará México como país de interés para esta tipología de turismo.

TABLA 6

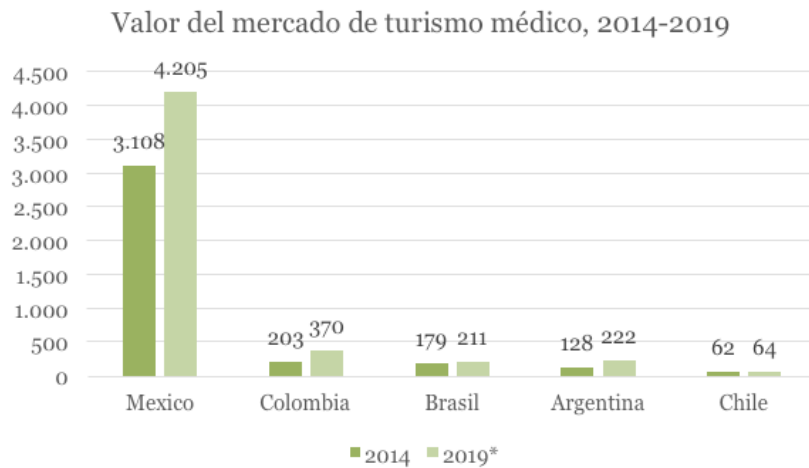
Indicadores de turismo médico, posición y puntuación en países de América, 2016-2017.

País	Índice de Turismo Médico		Subíndice Entorno del destino		Subíndice Industria de Turismo Médico		Subíndice Calidad de los servicios e infraestructuras	
	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación	Ranking	Puntuación
Canadá	1	76.62	1	78.69	4	74.14	4	77.01
Colombia	10	69.48	17	62.6	2	74.96	12	70.86
Panamá	13	67.93	11	63.37	10	72.73	18	67.69
Costa Rica	14	67.67	16	62.61	7	73.2	20	67.21
República Dominicana	15	67.58	15	62.62	5	73.85	22	66.98
Jamaica	17	67.17	9	65.65	9	72.83	28	63.03
Argentina	21	65.37	23	65.37	14	70.79	17	67.86
Brasil	22	65.22	24	57.99	12	72.32	23	65.34
México	29	60.70	36	48.84	3	74.17	36	59.1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Índice de Turismo Médico, 2018.

GRÁFICO 3

Valor del mercado de turismo médico en países seleccionados de América Latina, 2014-2019 (millones de dólares estadounidenses).



Fuente: Statista - The Statistics Portal, 2018



05

EL TURISMO DE SALUD EN MÉXICO

5. El turismo de salud en México

Si bien no existe una estrategia nacional dirigida a planificar y gestionar el turismo médico, en algunas zonas es posible encontrar iniciativas asociativas entre clínicas, hospitales, hoteles y laboratorios. En este sentido, vale mencionar que buena parte de estas agrupaciones se encuentran a lo largo de la frontera con

Estados Unidos –Baja California, Sonora, Chihuahua, Nuevo León y Tamaulipas–, mientras que también es posible encontrar otras –Ciudad de México, Jalisco, Guanajuato, Yucatán y Quintana Roo– ubicadas en lugares reconocidos por su importancia turística (Gráfico 4). A su vez, en la tabla 7 se incluyen algunos de los centros sanitarios más relevantes para el sector del turismo de salud.



GRÁFICO 4

Principales destinos y clústeres de turismo médico en México.



Fuente: Elaboración a partir de datos del Consejo de Promoción Turística de México y ProMéxico.

TABLA 7

Principales centros sanitarios de turismo médico en México.

Estado	Ciudad	Centros de salud
Baja California	Tijuana	SIMNSA Centro Médico Excel Hospital Ángeles de Tijuana CODET VISION INSTITUTE Vita Spa Tijuana Protegenell Cosmed Serena Senior Care Hospital y Centro Médico Del Prado
	Mexicali	Almater Hospital de la Familia Hospital Hispano Americano Hospital de la Mujer
Chihuahua	Chihuahua	CIMA Chihuahua Clínica Cumbres Centro Oncológico de Chihuahua
	Ciudad Juárez	Hospital Angeles Ciudad Juárez Star Medica Ciudad Juárez
	Ciudad de México	Médica Sur Centro Médico ABC Hospital Ángeles del Pedregal Hospital Español

Guanajuato	León	Clínica Cer Hospital Siena Grupo VO Hospital Ángeles León Hospital Aranda de la Parra Hospital de la Luz Quality Dent Medica Campestre
Jalisco	Guadalajara	Hospital Ángeles del Carmen GDL Hospital Bernardette GDL Hospital México Americano GDL Hospital Siloé GDL Hospital San Javier GDL Sanatorio San Francisco de Asís Hospital Lomas Providencia
	Zapopan	Centro Medico Puerta de Hierro Centro Hospital Real San Jose
	Tlajomulco de Zuñiga	Centro Medico Puerta de Hierro Centro Sur

Fuente: Elaboración a partir de datos de ProMéxico (2013).

Respecto a las especialidades médicas y procedimientos más significativos para la oferta de turismo de salud en México, en la [Tabla 8](#) se resumen aquellos que más destacan, de acuerdo con los datos oficiales de ProMéxico.

Desde el punto de vista de la oferta, de los datos presentados se constata que espacialmente, la oferta de turismo médico se encuentra distribuida a lo largo del territorio mexicano. A su vez, la experiencia acumulada en este nicho turístico ha propiciado el desarrollo de clústeres especializados. Esta forma de organización y gestión de la actividad turística aporta indudables beneficios al conjunto de los actores involucrados. Por otra parte, la presencia

de un amplio abanico de especialidades y procedimientos médicos que son considerados referentes constituyen un elemento que fortalece la posición competitiva de México respecto a otros destinos de la región.

TABLA 8

Principales centros sanitarios de turismo médico en México.

Especialidades	Procedimientos
Cardiología	Bypass coronario
	Reemplazo de válvula del corazón
Cirugía plástica	Implantes mamarios
	Rinoplastia
	Lifting facial
Oftalmología	Cirugía para ojos
Oncología	Tratamientos oncológicos
Odontología	Implante dental
Gastrocirugía	Banda gástrica
Biología de la reproducción	Tratamientos para fertilidad
Traumatología	Reemplazo de cadera
	Reemplazo de rodilla
Ginecología	Histerectomía

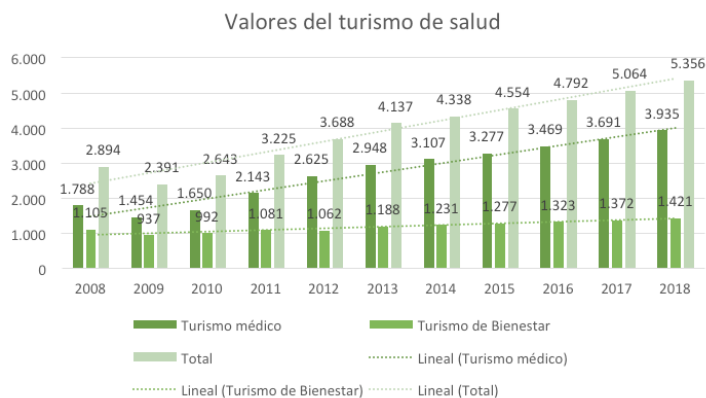
Fuente: Elaborado a partir de datos de ProMéxico, 2013.

5.1. El valor del turismo médico y de bienestar en México

El análisis de las diferentes magnitudes macroeconómicas sobre turismo de salud en México, permite detectar una tendencia de crecimiento en la última década. De acuerdo a la información publicada por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), entre 2006 y 2016 los ingresos de divisas provenientes del turismo médico se triplicaron. En la misma línea, las estimaciones de Euromonitor preveían un crecimiento del 6% para 2017, tendencia que también se reafirma del análisis del valor de la industria en los últimos diez años (Gráfico 5). Tal y como se constata de los datos disponibles, salvo puntuales casos, tanto el turismo médico como el turismo de bienestar, presentan un crecimiento sostenido en el tiempo. Esta evolución permite confirmar una variación significativa y positiva entre el primer y el último año del período analizado, especialmente en el turismo médico (Gráfico 6).

GRÁFICO 5

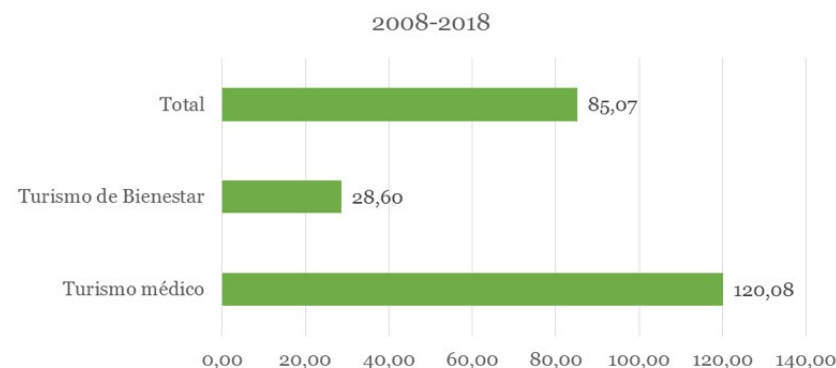
Valor de la industria de turismo de salud en México, 2008-2018 (millones de dólares).



Fuente: Elaboración a partir de datos de Euromonitor, 2018.

GRÁFICO 6

Variación interanual del valor del turismo de salud en México.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor, 2018.

5.2. Retos y oportunidades del turismo médico y de bienestar en México

Estos resultados se conforman tanto por pacientes extranjeros como por migrantes que optan por regresar a México para recibir tratamiento médico. En su conjunto, de acuerdo con la SECTUR, han contribuido tanto a la consolidación del sector como a la diversificación turística mexicana.

La última década ha sido un período en el que el turismo de salud mexicano ha reforzado su oferta, infraestructuras hospitalarias y calidad del servicio. El crecimiento progresivo de la demanda ha propiciado el desarrollo de iniciativas público-privadas, para la creación de clústeres especializados en este nicho turístico, en diferentes regiones del territorio. Sin embargo, dada la creciente competitividad del sector, cada vez es más urgente contar con políticas públicas

y con una planificación estratégica que permita superar las iniciativas aisladas y generar las externalidades positivas propias de un clúster. En este sentido, un factor clave es la colaboración entre actores públicos y privados vinculados a la oferta de turismo de salud, entendido en un sentido amplio, y de otros actores que ofrecen productos y servicios de soporte y complementarios.

El posicionamiento de México como referente de turismo médico en la región es indiscutible. Por lo cual, y aprovechando **su patrimonio cultural, su conectividad y la competitividad de sus precios respecto a competidores como Estados Unidos y Canadá**, estaría en condiciones de potenciar su oferta de turismo de bienestar. De este modo, incrementaría el mercado al que se dirige, añadiría valor a su actual oferta de turismo médico y complementaría su posicionamiento en la región.

La comunidad mexicana en el exterior es una de las más grandes del mundo, superando los 12 millones de personas, de los cuales más del 97% radica en Estados Unidos, según datos del Instituto de los Mexicanos en el Exterior. Teniendo en cuenta que buena parte de los turistas médicos proviene de este segmento, sería oportuno que en el diseño de productos y servicios de turismo de salud, se incluya una **oferta que responda a las necesidades de este perfil de turista**.

Los tres principales retos que debe afrontar el sector del turismo médico en México son:

1. Desarrollo de políticas públicas dirigidas a fortalecer la posición de México como referente de destino de turismo de salud, teniendo en cuenta su proximidad geográfica con dos de los principales competidores de este nicho a nivel mundial: Estados Unidos de América y Canadá.

2. Obtener certificaciones internacionales de calidad para sus instituciones hospitalarias, y fortalecer el reconocimiento internacional de sus propias certificaciones.

3. Negociar el alcance de la cobertura ofrecida por las aseguradoras internacionales a los potenciales turistas.

Respecto a la **segunda de las cuestiones** planteadas, los costes de renovación de estas certificaciones pueden suponer una importante limitación para las entidades mexicanas. Razón por la cual, promover el reconocimiento internacional de certificaciones de calidad expedidas por las instituciones mexicanas, se presenta como una de las acciones a desarrollar. Con relación al **segundo reto**, es fundamental la acción conjunta, público-privada, al más alto nivel, que permita arribar a acuerdos con aseguradoras internacionales, para que ofrezcan una amplia cobertura de gastos médicos, a los futuros turistas de salud, fuera de sus países de residencia.

Por último pero de crucial importancia, es imprescindible destacar la necesidad de que México cuente con **estadísticas sistemáticas y actualizadas** sobre este nicho de mercado. En este sentido, desde el gobierno debería promoverse la recolección de datos, al menos de las principales magnitudes, para este nicho turístico. Esta acción resulta indispensable para una correcta planificación, diseño de políticas públicas y evaluación del sector. A su vez, permitirá realizar análisis más ajustados de la realidad y, consecuentemente, ofrecer propuestas de mejora, basadas en datos empíricos, que contribuyan a la sostenibilidad del turismo de salud mexicano.

06

CONCLUSIONES

01

El crecimiento de la industria del turismo médico a nivel global se estima que alcance un 25% durante los próximos diez años (IHRC, 2016).

02

En el escenario futuro se prevé que entre el 3 y el 4 % de la población mundial realizará viajes internacionales para recibir tratamientos relacionados con la salud (IHRC, 2016).

03

Para 2025, el 13 % de los viajes internacionales los realizarán adultos mayores. Por lo cual, el segmento senior sigue teniendo un rol preponderante para el turismo de salud.

04

La concienciación en la importancia del cuidado del cuerpo y la mente han favorecido el surgimiento de nuevos perfiles. Es por ello que, empresas y destinos deberán ajustar su oferta para responder a las nuevas demandas y mantener sus niveles de competitividad.

05

Los factores determinantes del turismo médico son: **1)** la calidad de los servicios médicos, el nivel tecnológico de los procedimientos y equipamientos; **2)** los costes de transporte, alojamiento, tiempos de espera, medicamentos y servicios adicionales; y **3)** el entorno cultural.

06

Los factores determinantes del turismo de bienestar son: **1)** la oferta de ocio; **2)** los costes de las terapias, alojamiento, transporte y actividades complementarias; y **3)** la imagen del destino.

07

Respecto al turismo médico, América ocupa la primera posición a nivel mundial seguida de Europa y Asia, en segunda y tercera posición, respectivamente.

08

El atractivo y competitividad de México, como destino de turismo médico, están respaldados por su cercanía a los Estados Unidos de América, el desarrollo de servicios médicos privados, costes más económicos respecto a sus competidores del norte, sus paisajes y sus elementos culturales.

09

Las especialidades médicas que más turistas atraen a México son: la cardiocirugía, la cirugía plástica, la biología de la reproducción, la oftalmología, la oncología, la odontología, la gastrocirugía, la traumatología y la ginecología.

10

Las principales regiones especializadas en turismo médico en México se encuentran o a lo largo de la frontera con Estados Unidos –Baja California, Sonora, Chihuahua, Nuevo León y Tamaulipas-, o en lugares reconocidos por su importancia turística –Ciudad de México, Jalisco, Yucatán y Quintana Roo-.

11

Tanto los ingresos de divisas como el valor de la industria de turismo de salud han crecido en la última década en México, tendencia que previsiblemente se mantendrá en los próximos años. Esta evolución ha permitido tanto la consolidación del sector, como la diversificación turística mexicana.

12

La mejora de la competitividad del turismo de salud en México requiere de políticas públicas y de una planificación estratégica, que permita superar las iniciativas aisladas. Con este objetivo, es fundamental contar con la participación y colaboración entre actores públicos y privados, vinculados a la oferta de turismo de salud y a servicios complementarios y de soporte.

13

Entre los principales retos que tiene que encarar México respecto al turismo médico se encuentran: **1)** el desarrollo de políticas públicas que fortalezcan la posición de México respecto a sus competidores de la región; **2)** la promoción del reconocimiento internacional de certificaciones de calidad expedidas por las instituciones mexicanas y; **3)** la firma de acuerdos

con aseguradoras internacionales para que amplíen sus coberturas de gastos médicos a los potenciales turistas de salud en México.

07

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Custódio Santos M., Veiga C. and Águas P. (2016) Tourism services: facing the challenge of new tourist profiles. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8 (6), 654 – 669.
- Cultural Times The First Global Map of Cultural and Creative Industries <http://www.worldcreative.org/>
- Euromonitor International.
- International Healthcare Research Center. (2016) Índice de Turismo Médico, 2016-2017.
- Onkar S. and Shaikh S. (2017) Medical Tourism Market by Treatment Type - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2017-2023.
- Orbis Research (2017) Medical Tourism Market by Treatment Type and by Region-Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, and Forecasts (2016-2021).
- ProMéxico (2013) Turismo de Salud. Primera Edición. Ciudad de México.
- Secretaría de Turismo de México (SECTUR).



+34 900 494 877

WWW.OSTELEA.COM

Campus Barcelona

C/ Aragó, 28 - 08015

Campus Madrid

C/ Príncipe de Vergara, 108 - 28002

