

**Título** Turismo médico como política pública: ¿nacimiento de una industria?

---

**Tipo de Producto** Ponencia Completa

---

**Autores** Tomasotti, Marina Laura

---

## Código del Proyecto y Título del Proyecto

---

A16S04 - Aproximación a distintos modelos estatales de gestión de la salud en perspectiva comparada

---

## Responsable del Proyecto

---

Tomasotti, Marina Laura

---

## Línea

---

Políticas Públicas

---

## Área Temática

---

Ciencias Políticas y RRII

---

## Fecha

---

Mayo 2016

---

**INSOD**

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas  
Proyectuales

**UADE** 

# **Turismo médico como política pública:** **¿nacimiento de una industria?**

Marina Laura Tomasotti

[mtomasotti@uade.edu.ar](mailto:mtomasotti@uade.edu.ar)

Universidad Argentina de la Empresa (UADE)

## **Resumen**

El concepto de “turismo médico” no es nuevo y refiere a personas que viajan fuera de sus países de residencia con el objetivo de buscar servicios médicos en otros destinos. Los factores que condujeron a la creciente popularidad de esta modalidad de turismo son el alto costo de la atención en salud en el país de origen, largos tiempos de espera para ciertos procedimientos, la facilidad y accesibilidad de los viajes internacionales y las mejoras en la tecnología y los estándares de atención en muchos países. Las autoridades argentinas de promoción turística y sanitaria ven esta realidad como una oportunidad para desarrollar el turismo local. El turismo médico es una de las industrias con mayor crecimiento exponencial a nivel mundial. Anualmente moviliza unos US\$ 83.700 millones a nivel global.

En el caso argentino, este segmento creció un 25% en los últimos 4 años, generándole un ingreso de divisas de U\$S 80 millones anuales. Los principales focos del turismo médico en Argentina se registran en la Ciudad de Buenos Aires, Rosario y Córdoba recibiendo anualmente a casi 11 mil turistas extranjeros -registrados- que arriban en busca de tratamientos médicos y estéticos. La Argentina cuenta hoy con cinco líneas de desarrollo turístico: activo (aventura), cultural (idiomático y religioso), deportivo, de interés especial (congresos, rutas del vino y trenes turísticos) y de la salud. En consonancia con esta última línea, el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) postula como uno de los principales lemas nacionales “Salud Argentina, Argentina por vos” buscando situar al país como un gran oferente en servicios de salud, que va desde chequeos médicos, diagnósticos e intervenciones sencillas hasta tratamientos de alta complejidad.

El objetivo del trabajo será precisamente analizar el desarrollo y promoción del turismo médico como política pública a nivel internacional, con especial foco del impacto de este fenómeno en la República Argentina.

Palabras clave: Argentina, turismo médico, política pública.

## **Introducción**

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS)<sup>1</sup> la salud “es un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. El concepto mantiene tres componentes clave para la comprensión de la salud: el bienestar físico, entendido cuando la persona siente que ninguno de sus órganos o funciones están menoscabados y el cuerpo funciona eficientemente y hay una capacidad física apropiada para responder ante diversos desafíos de la actividad vital de cada uno; el bienestar mental, en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, pudiendo afrontar las tensiones normales de la vida, trabajar de forma productiva y fructífera y capaz de hacer una contribución a su comunidad y por último, el bienestar social, conjunto de factores económicos, culturales y sociales que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción humana.

Esta íntegra definición de la salud es cronológicamente análoga al surgimiento del Estado de Bienestar, lo cual denota las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial y la necesidad de la presencia de un Estado fuerte que brindara seguridad social y económica a la población. En este sentido, según la OMS un sistema de salud es “la suma de todas las organizaciones, instituciones y recursos cuyo objetivo principal consiste en mejorar la salud”. Un sistema de salud requiere de personal, financiación, información, suministros, transportes y comunicaciones, así como una orientación y una dirección generales. La salud, considerado un derecho humano, está íntimamente ligada a la calidad de vida: la relación entre ambas es recíproca. Si bien la salud es un componente principal de la calidad de vida, también la calidad de vida es parte de la salud. Un Estado de Derecho posee la responsabilidad de velar por la calidad de vida de todos los ciudadanos.

El presente trabajo se propone analizar las principales tendencias mundiales en materia de turismo de la salud, específicamente en materia de turismo médico, poniendo especial énfasis en el caso argentino y la adopción de políticas en este sentido.

## **Turismo de la salud: definiciones y tendencias mundiales**

Existen múltiples definiciones del concepto “turismo de la salud”, todas ellas involucran a dos sectores o industrias: la salud y el turismo, partiendo del presupuesto de que a raíz de la salud se estaría dando un incentivo económico al desarrollo del país.

---

<sup>1</sup> Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/es/>

Este tipo de fenómenos combina un viaje con motivo de una intervención médica con el descanso, ocio o placer. Los principales viabilizadores de este fenómeno fueron, a nivel mundial, el envejecimiento de la población, la globalización, la carencia de seguros en los países de origen y las diferencias en los costos de tratamiento de salud entre países.

Cuando se vincula el sector turismo con el sector salud se toman en cuenta dos variables: la salud del turista y el turismo por razones de salud. Ambos conceptos están ligados de tal manera que, en conjunto o por separado, inciden en la economía de los países en los que se desarrolla y son parte importante de la política social, tomando así el sector del turismo combinado con la salud especial importancia para el crecimiento económico.

Ya sea por buscar incrementar el estado de la salud propia durante un viaje vacacional o bien viajar específicamente para la ocasión, el turismo de la salud posee determinadas características singulares y que abren las puertas a un mercado de especial interés: se puede realizar de manera individual o grupal, no hay límite de edad ni distinción de género y puede realizarse en cualquier época del año. La motivación es el cuidado del cuerpo, ya sea por una razón de salud propiamente dicha o por motivos de deseo de mejora física.

La Organización Mundial de Turismo (OMT)<sup>2</sup> definió en 1973 al turismo de la salud como “un turismo que se basa en la provisión de infraestructuras de salud utilizando los recursos naturales del país, en particular sus aguas minerales y clima”. La Organización Latinoamericana de Turismo Médico<sup>3</sup>, por su parte, plantea que “son las actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a una distancia que implique tener que hospedarse al menos una noche teniendo como motivo principal del viaje recibir algún servicio de salud o acompañar a otra persona que lo recibirá”. Autores como Carrera y Bridges<sup>4</sup> lo definen como “el viaje organizado fuera del entorno habitual del usuario, para el mantenimiento, mejora o recuperación de su bienestar individual físico y/o mental”. Para Goodrich<sup>5</sup>, implica la promoción consciente de que viajar a un determinado destino se torna beneficioso para la salud debido a un factor climático particular, recursos naturales existentes o bien, por los servicios de salud que se proveen en el destino elegido. Según este último autor, se distinguen dos grandes

---

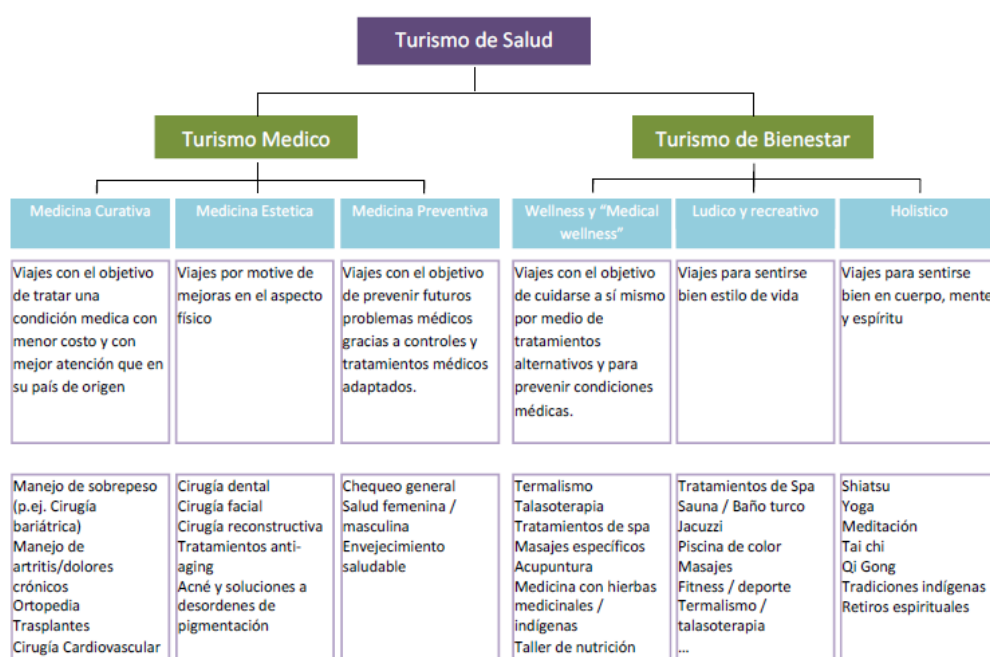
<sup>2</sup> Organización Mundial de Turismo: <http://www2.unwto.org/es>

<sup>3</sup> Organización Latinoamericana de Turismo Médico <http://turismomedico.org/>

<sup>4</sup> Carrera, P.M. y Bridges, J. (2006). *Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism*. Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research. pp 447-54.

<sup>5</sup> Goodrich, J.M. (1994). *Health tourism: a new positioning strategy for tourist destinations*. Journal of International Consumer Marketing, pp. 227-237.

categorías dentro del turismo de la salud: el *turismo médico*, en donde el turista-paciente presenta alguna enfermedad y requiere de alguna intervención quirúrgica o tratamiento específico siendo supervisado por un especialista y el *turismo de bienestar*, en donde el turista busca actividades de relajación y recreo contra el estrés y la vida rutinaria y sedentaria. Según McKinsey y Company<sup>6</sup>, el turismo de la salud se basa en la exportación de servicios de salud enfocada en cuatro áreas específicas: medicina curativa, preventiva, estética y de bienestar (o *wellness*).



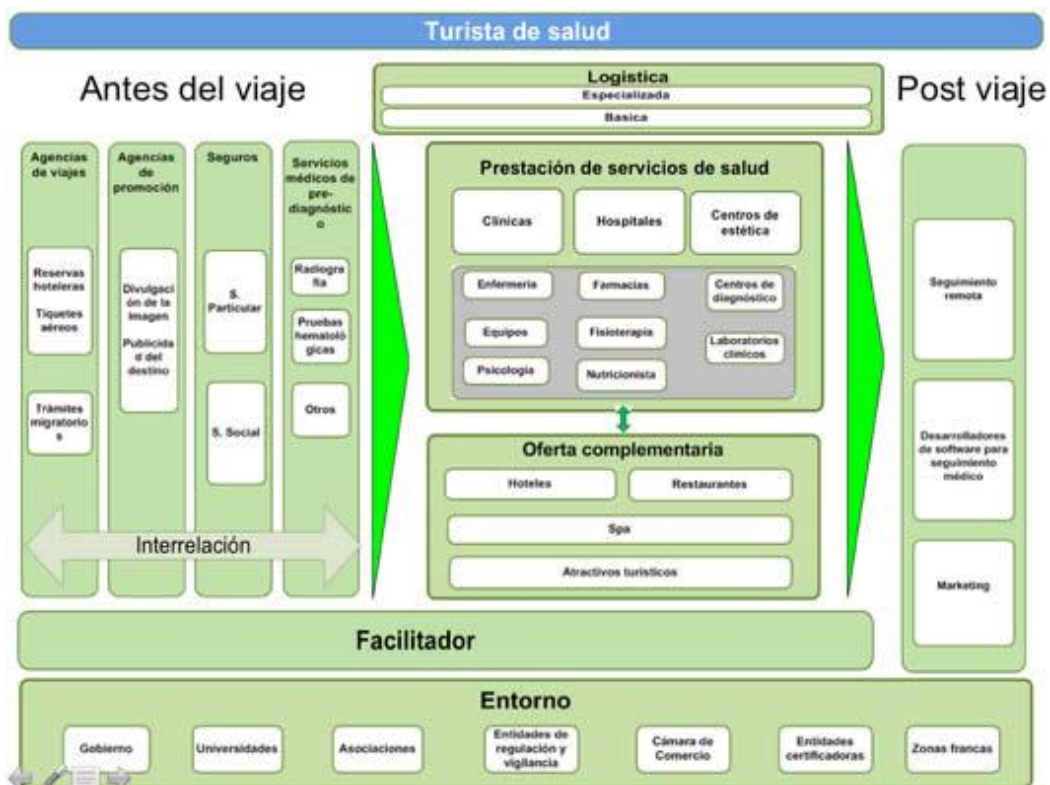
**Imagen 1:** Estructura Turismo de la Salud. McKinsey (2010)<sup>7</sup>

El trabajo focalizará básicamente en el sub-segmento del turismo médico (también denominado por los profesionales de la salud como “deslocalización médica”, siendo un fenómeno que surge a raíz de las diferencias entre las calidades y capacidades médicas de cada país. Según la Asociación de Turismo Médico (ATM)<sup>8</sup>, este fenómeno ocurre cuando un individuo o grupo de individuos viajan a otro país en búsqueda de atención médica específica, ya sea dental o quirúrgica (cirugías) buscando una mejor calidad, disponibilidad, acceso o mejores precios que los que se encuentran en su país de origen. El turismo médico puede ser regional o internacional, basado en necesidades de corto, mediano o largo plazo. El turismo médico, en última instancia, implica el desarrollo de una cultura en donde todos los servicios se vinculen para brindar calidad y seguridad.

<sup>6</sup> McKinsey y Company (2010). *How changes in tourism will affect medical travel*. International Medical Travel Journal.

<sup>7</sup> Ibídem.

<sup>8</sup> Asociación de Turismo Médico <http://www.medicaltourismassociation.com/es/index.html>



**Imagen 2:** Cadena de Valor del Turismo de la Salud<sup>9</sup>

El turismo médico es una tendencia en aumento producto, principalmente, de la globalización, siendo una alternativa cada vez más considerada para quienes buscan combinar prestaciones médicas más económicas con servicios turísticos de calidad. Según Patients Beyond Borders<sup>10</sup> el aumento del turismo médico durante la primera década del siglo XXI está siendo impulsado por los crecientes costos de atención médica en los Estados Unidos y por el creciente número de estadounidenses que no poseen seguro o que tienen uno insuficiente. Por lo que la ecuación sería una combinación de alta calidad de servicio en destinos externos sumado a altos costos internos.

Principales factores para el crecimiento del turismo médico:

- **Recesión económica mundial:** en los países desarrollados, la recesión global ha tenido un impacto en la economía de los gobiernos. Esto ha impactado en los sistemas de salud nacionales y han sufrido modificaciones que apuntan, paulatinamente, a la desinversión en algunos casos.

<sup>9</sup> Clusters Norte de Santander <http://www.clustersnortedesantander.com/>

<sup>10</sup> Patients Beyond Borders <http://www.patientsbeyondborders.com/>

- Aumento de la edad de la población: el aumento de la expectativa de vida de los países desarrollados conllevó a que, precisamente porque la gente vive más, requiera de mayores atenciones y servicios de salud. Los sistemas de salud actuales no poseen la capacidad de acomodarse a estos cambios socio-demográficos y los gobiernos no cuentan con la capacidad para responder al aumento de la demanda.

- Mejores servicios de salud disponibles en otros países: debido a la globalización y al acceso a tecnología, muchos países han acercado la brecha en términos de calidad y acceso a servicios médicos. Hoy los principales destinos mundiales son países en vías de desarrollo que poseen reconocimiento internacional en materia de salud como América Latina o Asia.

- Movilidad internacional de los médicos: numerosa cantidad de médicos extranjeros han sido entrenados en los mejores programas de prestigiosas universidades de Estados Unidos o Europa por lo que los estándares de manejo de pacientes y tratamientos no difieren sustancialmente de lo que se ve en estos países.

- Desarrollo de estándares internacionales de acreditación en sistemas de salud: los entes de acreditación local han ido extendiendo cada vez más los mecanismos para adaptarse a los sistemas de otros países y así asegurar la calidad, entre ellos se encuentra la *Joint Commission International (JCI)*<sup>11</sup> y la *Trent Accreditation Scheme (TAS)*<sup>12</sup>.

- Uso de internet y nuevas tecnologías: en la actualidad, internet es el primer lugar en donde los interesados buscan información sobre tratamientos y servicios de salud (y por supuesto, turismo) pudiendo organizar en plataformas específicas la totalidad del viaje y la prestación médica.

- Crecimiento de servicios privados de la salud: a medida que los gobiernos poseen una mayor presión y problemas para cumplir con las demandas de la población en materia de salud, el sector privado ha tomado un papel más protagónico con una proyección y visión internacionales en lugar de nacional y local.

- Modificación de los seguros: en países desarrollados pueden empezar a verse pólizas de seguro de menor costo basado en tratamientos en otros países.

Según la Revista Española Economía de la Salud<sup>13</sup>, los viajes en busca de salud han experimentado un cambio de tendencia en los últimos años siendo las siguientes las principales causas:

---

<sup>11</sup>Joint Commission International <http://es.jointcommissioninternational.org/>

<sup>12</sup> Trent Accreditation Scheme <http://www.gha-trent.co.uk/>

<sup>13</sup> Revista Española de Economía de la Salud. Movilidad de pacientes en el contexto internacional, 2012.

- Reducción de las listas de espera (los tiempos se acortan).
- Reducción de los costos de los tratamientos: se puede conseguir el mismo procedimiento médico por un precio más bajo si se elige el país adecuado. Los ahorros en el costo de los servicios de salud incluyen los costos de transporte, hospedaje, gastronomía y otros gastos adicionales.
  - La falta de disponibilidad del procedimiento en el país de origen, sumado a la falta de instalaciones acreditadas por la JCI y por falta de profesionales.
  - La calidad percibida: las instalaciones con acreditación del JCI para asegurar que el hospital o la clínica haya cumplido con los estándares internacionales de atención médica.
  - La facilidad y asequibilidad de acceder a viajes internacionales.

Según los informes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) no hay datos certeros ni fiables en materia de turismo de la salud en el mundo, aunque son muchos los organismos que afirman que está aumentando. El problema de la disponibilidad de datos es doble: por un lado, los prestadores de servicios médicos no disponen de datos segmentados que identifiquen al “turista de la salud” y, por el otro, hay alcances diferentes en cada caso, incluyendo o excluyendo diferentes tratamientos o servicios.

El valor de la industria rondaría los 40.000 millones de dólares con un crecimiento promedio anual que alcanzará en poco tiempo los 60.000 millones. Según datos de la publicación *Patients Beyond Borders*<sup>14</sup>, una de las fuentes más confiables en materia de viajes médicos, si bien no registra cifras claras, se estima en 11 millones de desplazamientos anuales de un país a otro con el objetivo de mejorar su salud o aspecto físico, generando cifras de negocio que oscilan entre los 35.000 y los 45.000 millones de dólares anuales. Se estima que cada paciente gasta aproximadamente entre 3000 y 4500 dólares por desplazamiento. La organización estima que el tamaño mundial del mercado asciende a 15.000 millones de dólares, basado en un flujo de pacientes a nivel global aproximado de 5 millones que gastan un promedio de 3000 dólares en cada viaje. Del total estimado, se considera que 1.2 millones son ciudadanos estadounidenses, considerando que poseen una disminución de costos de entre un 60 y 80% respecto a los mismos tratamientos en su país de origen. Estados Unidos es uno de los emisores mundiales más importante del mercado.

---

<sup>14</sup> Patients Beyond Borders <http://www.patientsbeyondborders.com/>



Adicionalmente, se estima una tendencia positiva en el crecimiento del sector de alrededor del 25% anual, explicada por el aumento de los servicios médicos en países en vías de desarrollo, la expansión de la formación médica en el extranjero, el aumento de la demanda de atención médica a nivel mundial a causa del considerable aumento de la esperanza de vida en países desarrollados y los aumentos en los costos de salud en estos últimos. Según un estudio de la Universidad George Washington, los servicios más demandados serán, en el futuro, los tratamientos cosméticos (38%), dentales (21%), servicios ortopédicos (11%), bariátricas y tratamientos naturales (8%) y servicios de oncología (3%).

En la tabla, pueden apreciarse las grandes diferencias entre los precios de algunos procedimientos médicos para los países seleccionados, entre los costos de Estados Unidos y los países asiáticos (especialmente el caso de la India), o con países latinoamericanos (como México o Cuba).

Cirugía / País / US\$	EE.UU.	Colombia	Costa Rica	India	Jordania	Corea	México	Singapur	Tailandia	Argentina
Bypass cardíaco	144.000	14.630	25.000	8500	10.000	24.000	20.000	13.500	24.000	10.000
Implante de busto	10.000	2600	3500	4500	3000	11.000	8000	5400	3700	2300
Implante dental	5000	1672	1000	12.000	500	3400	910	2900	3000	700
Lifting facial	15.000	3305	5900	7000	3000	3000	7200	4000	6600	2500

**Imagen 3:** Costos de Tratamientos Médicos en Dólares. Fundación Exportar.

Según otro informe de *Global Industry Analysts (GIA)*<sup>15</sup> los países con mayor potencial para el desarrollo del turismo médico son Asia y América Latina. Según la Organización Pacientes Sin Fronteras, cada país posee una especialidad reconocida internacionalmente. En el caso de América Latina, Brasil es reconocido por los tratamientos estéticos y dentales, México por la ligadura de trompas, Costa Rica por implantes de glúteos, Colombia para las prótesis de mentón y pechos, Cuba orientado a procedimientos ortopédicos y hematológicos y la Argentina para la asistencia en materia de fertilidad, bai pás gástrico y procedimientos estéticos.

<sup>15</sup> Global Industry Analysts <http://www.strategyr.com/>



**Imagen 4:** Rutas de viaje en porcentaje de pacientes.  
Fuente: Estudio de McKinsey.<sup>16</sup>

Eric Cohen<sup>17</sup> plantea una tipología de turistas médicos dependiendo la motivación de su viaje en cada caso:

- **Turista Simple:** definido como turista individual que no hace uso de ningún tipo de servicio médico mientras disfruta de sus vacaciones en el país visitado.
- **Turista Medicinal:** aquel que recibe algún tipo de tratamiento médico a raíz de que le surge algún problema de salud incidentalmente durante su viaje.
- **Turista Médico propiamente dicho:** turista individual que viaja hacia un destino en donde se encuentra contemplado de forma planificada un servicio médico y turístico. Son turistas que pretenden recibir atención médica mientras vacacionan.
- **Paciente Vacacional:** turista que posee como motivación principal recibir un tratamiento médico en el país de destino y, a la vez, lo utiliza para vacacionar o realizar actividades turísticas.
- **Paciente duro:** pacientes que viajan a otro país solo para recibir atención médica sin interés en tomar opciones turísticas en el destino.

Esto conlleva a reflexionar que, más allá del derecho que posee todo individuo a buscar el mejor medio para tener una calidad de vida más plena, cada Estado posee la facultad de regular y hasta promover este tipo de prácticas bajo el supuesto que se torna rentable y beneficioso para ambas partes involucradas en una lógica de *win-win*: para el crecimiento económico del país receptor del turista-paciente y para el paciente

<sup>16</sup> Ehrbeck, Tilman; Guevara, Ceani; Mango, Paul D. (2008). *Mapping the market for medical travel*. Estudio de Mckinsey.

<sup>17</sup> Cohen, Eric (2008).

que busca un buen resultado físico. De esta forma, ambas partes quedarían satisfechas. La pregunta que surge es, ¿podría afirmarse que se está consolidando una nueva industria basada en el “turismo médico” o “turismo de la salud” generada como política pública desde el Estado? ¿Quiénes ganan y quiénes pierden con la implementación de estas políticas públicas? ¿Cómo se ubica la Argentina en esta dinámica mundial de la salud?

### **Turismo Médico en la República Argentina**

En la Argentina, el turismo médico es una fuente de divisas que creció más de un 25% en los últimos 4 años y cobró una mayor importancia desde las restricciones cambiarias<sup>18</sup>. Para el año 2012, han llegado más de 9.000 pacientes por año a Ezeiza y al Aeroparque metropolitano en busca de especialidades como *by pass* cardíacos, implantes de busto, tratamientos dentales, lifting faciales o angioplastias. La permanencia aproximada es de entre 8 y 10 días en el país y gastan, en promedio, 1000 dólares diarios.

La opción argentina resulta más económica que la ofrecida por otros países. Un *by pass* cardíaco cuesta aquí unos 15 mil dólares, mientras que en Estados Unidos sale 144 mil dólares, aproximadamente 10 veces más. Un implante de busto que en Argentina se realiza por 3 mil dólares, cuesta 500 dólares más en Costa Rica, 1.500 más en la India y 5.000 más en México. Sólo es más barato en Colombia, donde esa operación sale 2.600 dólares. Una angioplastia aquí sale 7 veces menos que en un hospital norteamericano: 7.500 dólares contra 57 mil, mientras que un implante dental que aquí sale 700 dólares sale 4 veces más en Singapur, 5 veces más en Corea y más del doble en Colombia. En Estados Unidos sale de 2.000 a 10.000 dólares. Un lifting facial cuesta en la Argentina unos 2.500 dólares, menos que en Colombia (U\$3.305), Costa Rica (U\$5.900), México (U\$7.200), Tailandia (U\$6.500) y Singapur (U\$4.000), todos países de la elite del turismo médico<sup>19</sup>.

Bajo el lema “Argentina: un destino confiable y placentero en Turismo Médico”, y con el apoyo del Ministerio de Turismo de la Nación, a través del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), la Cámara Argentina de Turismo Médico (CIAPSA) y la Cámara Argentina de Turismo (CAT) se llevó adelante el Primer Congreso Argentino de Turismo Médico entre el 20 y 21 de agosto de 2015 en la Ciudad de

---

<sup>18</sup> Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) <http://www.argentina.travel/es>

<sup>19</sup> Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) <http://www.argentina.travel/es>

Buenos Aires<sup>20</sup>. Este evento, que superó ampliamente las expectativas de sus organizadores y recibió a conferencistas y participantes de los Estados Unidos, Canadá, Costa Rica, México, Cuba, Uruguay, Chile e Instituciones de la Salud y del Turismo de todo el país, representó una oportunidad favorable de relacionamiento y acciones de sinergia con distintos actores nacionales e internacionales para capacitarse y evaluar las distintas herramientas necesarias para participar en este nuevo mercado.

A lo largo del Congreso, la Argentina puso en valor la gran oportunidad de actividades comerciales y desarrollo del mercado local, proyectándose para el año 2020 ingresos por más de 500 millones de dólares. Además, se hizo especial hincapié en las cinco fortalezas que posicionan al país dentro del *ránking top five* de destinos de turismo médico dentro de América Latina: prestigio médico, influjo de instituciones de salud y tecnología, capacidad de formación académica tanto en medicina como en turismo, variedad y riqueza turística en torno a la belleza paisajística y ética y seguridad.

En palabras de Oscar Ghezzi, Presidente de la Cámara Argentina de Turismo: *“el turismo médico es otro de los sectores que componen nuestra actividad y presenta oportunidades de crecimiento y desarrollo a partir de la importancia de nuestro país en términos del cuidado de la salud. Es por eso, que entendemos clave el acompañamiento y apoyo de los distintos organismos a este Congreso, sentando así nuevas bases para la continuidad en el trabajo de promoción de Argentina como destino para pacientes que salen de sus países buscando opciones de tratamiento. Las características particulares de este tipo de consumidor nos obliga a capacitarnos, entender cómo poder seguir creciendo”*. Debe destacarse que, en el cierre del Congreso, se presentó la Red Latinoamericana de Turismo Médico (RLTM) integrada por la Argentina, Costa Rica, México, Colombia, Cuba y Uruguay a efectos de ubicar a Latinoamérica frente a otros mercados receptivos –como Asia– como una de las mejores opciones de calidad, confiabilidad y competitividad en la materia.

El turismo médico es una de las industrias con mayor crecimiento exponencial a nivel mundial. Anualmente moviliza unos US\$ 83.700 millones a nivel global. En el caso argentino, este segmento creció un 25% en los últimos 4 años, generándole un ingreso de divisas de US\$ 80 millones anuales. Los principales focos del turismo médico en Argentina se registran en la Ciudad de Buenos Aires, Rosario y Córdoba

---

<sup>20</sup> [http://www.pulsoturistico.com.ar/mas\\_informacion.asp?id=9059&titulo=Se-formo-la-Red-Latinoamericana-de-Turismo-Medico](http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=9059&titulo=Se-formo-la-Red-Latinoamericana-de-Turismo-Medico)

recibiendo anualmente a casi 11 mil turistas extranjeros -registrados- que arriban en busca de tratamientos médicos y estéticos.

La Cancillería y la Secretaría de Turismo de la Nación impulsaron entre 2009 y 2015 el programa "Medicina Argentina", una iniciativa que buscó dar a conocer los esfuerzos médicos, científicos y tecnológicos que ofrece la Argentina para posicionarse a nivel internacional como destino destacado del turismo médico. *"La medicina argentina tiene mucho que ofrecer al mundo y en este momento es muy bueno que trabajemos en forma mancomunada con la Fundación Export-Ar, la Cancillería y el sector privado"*, afirmaba el Secretario de Turismo, Enrique Meyer, al presentar el programa Medicina Argentina (*Argentina Healthcare*).

La presencia argentina en las distintas ferias del mundo destacando material impreso con prestigiosos profesionales médicos, tecnología de última generación disponible en el país, atención personalizada y confort, sumados a atractivos turísticos. La presentación formal del plan en 2009 estuvo a cargo del Secretario de Turismo de la Nación y Presidente del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), Carlos Enrique Meyer, el Secretario Ejecutivo del INPROTUR, Leonardo Boto, el Subsecretario de Salud Comunitaria del Ministerio de Salud de la Nación, Guillermo Gonzalez Prieto, el Gerente de Promoción y Comercialización del Hospital Italiano, Gabriel Montero y el Director Ejecutivo de la Fundación EXPORTAR, Marcelo Elizondo. La tarea de promoción estuvo a cargo de la Fundación Exportar, dependiente de la Cancillería, y el INPROTUR, organismo responsable de posicionar a la Argentina como destino turístico Internacional en los mercados emisores.

En materia de promoción en la Ciudad de Buenos Aires, se encuentra un Informe del Consejo Económico y Social de la CABA en donde se buscan plantear recomendaciones específicas para fomentar a la oferta de servicios médicos privados al paciente extranjero en esta jurisdicción. La decisión para avanzar sobre este tema, según el Informe, es la de reflejar que la ciudad se posiciona a nivel internacional como un polo importante de atracción que proporciona ingresos importantes para la sostenibilidad de su economía, afirmando que "este sector surge por fuerza propia, por calidad profesional, por recursos hospitalarios, por la iniciativa privada y no por acciones estatales"<sup>21</sup>. La Ciudad de Buenos Aires cuenta con infraestructura de calidad, personal capacitado y tecnología aplicada al ámbito de la salud pero, sin embargo, sigue

---

<sup>21</sup> Informe Turismo Médico de la Ciudad de Buenos Aires (2014). Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (CEyS).

siendo un destino con mucho horizonte de mercado. Las opciones ofrecidas a pacientes extranjeros son aún aisladas y no cuentan con una regulación adecuada que proteja el sello de calidad de la Ciudad de Buenos Aires. En 2012 arribaron al país 9.000 pacientes del extranjero que tienen un promedio de estadía de 10 días y gastan 1.100 dólares diarios<sup>22</sup>. La Argentina percibe ingresos por 360 millones de dólares provenientes de los 18.500 turistas internacionales que acuden a las 1.170 instalaciones que proveen servicios de bienestar (contando spa, estética, cosmética, entre otros). Existe un público originario de países sudamericanos como Bolivia, Paraguay y Perú que buscan una infraestructura o complejidad de procedimientos que no encuentran en sus países de origen. En cambio, en el caso de Estados Unidos, la demanda surge por falta de cobertura médica y menores costos ofrecidos aquí, por ejemplo en los procedimientos estéticos, mientras que en lugares como Canadá y Europa la causa del viaje está relacionada con las largas listas de espera para la realización de procedimientos.

Este fenómeno supondría un impacto positivo en la economía local haciéndolo extensivo a centros médicos asistenciales (hospitales, clínicas, sanatorios), hoteles, restaurantes, paseos y tours, compra de artesanías y servicios de transporte (alquiler de vehículos, taxis). El incremento del consumo promueve e incentiva la producción local, resultando en generación de empleos, mejora en la imagen del destino, inversión en tecnología y equipos, generación de riqueza, prosperidad y bienestar local, mejora en el conocimiento médico y adopción de nuevas técnicas y procedimientos mediante capacitación y formación del recurso humano.

Las características distintivas que debería poseer la Argentina para influir en la elección del destino por parte de los turistas sería, además de la calidad percibida y las acreditaciones internacionales pertinentes –que actualmente solo posee el Hospital Austral y otros sanatorios como el Hospital Italiano que están en vía de tramitación-, infraestructura hospitalaria y hotelera con instalaciones cercanas a la institución prestadora, personal bilingüe (factor clave si se espera atraer turistas principalmente de Estados Unidos y Canadá) y las facilidades para el ingreso de turistas de salud al país (un ejemplo es Costa Rica, en donde los turistas de salud tienen entrada diplomática al país).

Debe tenerse en cuenta que para la Argentina, el turismo médico ha adquirido mayor importancia luego de la devaluación de la moneda después de la crisis

---

<sup>22</sup> Datos extraídos del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR).

institucional y económica del año 2001. Los bajos costos comparados con otros países, sumados al reconocimiento internacional del cuerpo médico argentino por su profesionalismo y calidad sumado a la tecnología con la que se cuenta en algunas áreas específicas, fueron el escenario promisorio para el desarrollo y crecimiento de este fenómeno en la Argentina. Si bien es habitual –y hasta deseable o preferible- que la oferta de turismo médico se concentre, tal como se desarrolló anteriormente en el caso de CABA, en el sector privado de la salud, se han dado algunos casos en los que los propios hospitales públicos también han lanzado campañas para atraer pacientes del interior del país, y, en algunos casos más osados, incluso tendieron a buscar atraer demanda extranjera<sup>23</sup>.

En la Argentina, la oferta de turismo médico se centraliza en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), la provincia de Buenos Aires y en la ciudad santafesina de Rosario. Las clínicas y hospitales que forman parte del programa brindan servicios de hotelería y alojamiento de calidad durante las internaciones y atención personalizada, especializada y permanente. El programa, además del "pack" médico, ofrece una gran variedad de atractivos turísticos para disfrutar durante los períodos de pre y post internación. En esta primera etapa de "Medicina Argentina", participaron el Hospital Austral, el Hospital Italiano, la Fundación Favalaro, el Instituto FLENI y clínicas especializadas como Procreate (red de medicina reproductiva y molecular), la Clínica de Ojos Dr. Nano, Dental House y la Clínica Robles (estética). Como facilitadores en el país actúan *Buenos Aires Partners*, *Refresh Med*, *Xetica Argentina* y *Plural Healthcare*.

En la provincia de Buenos Aires existen diversos Centros Médicos Privados y Clínicas que poseen especial interés en captar a pacientes-turistas extranjeros, para lo cual han creado departamentos o áreas especializadas que se encargan del armado de los paquetes en caso de realización de intervenciones o tratamientos. De esta manera, las entidades se encargan de contratar y coordinar la prestación de servicios de traslados, alojamiento y en algunos casos hasta de contratar la oferta de excursiones y/o viajes turísticos<sup>24</sup>.

Asimismo, en la Argentina hay agencias de turismo especializadas en comercializar este tipo de productos, actuando como intermediarios entre los pacientes interesados y los médicos o cirujanos, sumando alternativas de paseos en el resto del país. Estas

---

<sup>23</sup> Fuentes, Patricia (2009).

<sup>24</sup> Fuentes, Patricia (2009).

agencias, operan desde un espacio virtual en donde se muestran los pasos a seguir para una contratación, poseen un *staff* médico al cual derivar a los pacientes interesados y, paralelamente, se encargan de los servicios básicos como el alojamiento (generalmente trabajan con hoteles de categoría 4 o 5 estrellas), traslados durante la estadía (aeropuerto, centro médico, entre otros), ofreciendo también acompañamiento al turista durante su estadía tanto para los exámenes pre-quirúrgicos como para el acompañamiento pos-quirúrgico. Para ello, hay asistentes bilingües o trilingües que se encargan de hacerle la estadía más placentera al turista extranjero<sup>25</sup>.

Según datos estadísticos obtenidos de la provincia de Buenos Aires, del total de los pacientes que llegan al país, el 67% busca tratamientos médicos y el resto procedimientos estéticos. En el caso de los turistas extranjeros que arriban al país, la mayoría va del rango etario de los 35 a 40 años y de personas de mayores de 65 años. La mayoría son mujeres, quienes generalmente van acompañados por una pareja, algún familiar o un amigo. Respecto a los países de procedencia, en primer lugar se ubican los estadounidenses, seguido por los ingleses y españoles. En menor medida, el arribo se evidencia de países latinoamericanos como Chile, Colombia y México.

En el caso de la ciudad de Rosario, el municipio se encuentra trabajando en el posicionamiento nacional e internacional de la ciudad como destino de turismo médico: Rosario es una de las ciudades del país con mayor cantidad de clínicas privadas de salud y su excelencia profesional atrae a pacientes de varias ciudades de Sudamérica. Según datos del Ministerio de Turismo de la Nación, cada año llegan al país unos 11 mil turistas extranjeros en busca de tratamientos médicos y estéticos. Del total, cerca del 15% eligen Rosario para llevar adelante sus intervenciones médicas. Precisamente, el objetivo de las clínicas y sanatorios rosarinos es poder articular políticas entre el sector privado y el municipio para aumentar la participación de Rosario en el mercado nacional<sup>26</sup>.

Según los expertos, Rosario reúne importantes ventajas comparativas por su infraestructura y calidad de en servicios médicos aunque aún falta una mayor proyección con el mundo por la falta de conectividad aérea, si se lo compara fundamentalmente con Capital Federal. En los principales países del mundo, no son las ciudades de cabecera las que mayor provecho obtienen de este fenómeno. Por este motivo, Rosario posee un gran potencial. En Estados Unidos, por ejemplo, los grandes

---

<sup>25</sup> *Ibíd.*

<sup>26</sup> [http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2015/08/27/Editorial\\_37126.php](http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2015/08/27/Editorial_37126.php)



centros médicos están fuera de las grandes ciudades. Según datos de Secretaría de Turismo de Rosario, la mayoría de las personas que optan por realizarse cirugías estéticas en esa ciudad arriban desde Bolivia, Perú, Paraguay y Uruguay.

### **Reflexiones finales**

¿Podría afirmarse que se está consolidando una nueva industria basada en el “turismo médico” o “turismo de la salud” generada como política pública desde el Estado? Como se ha expuesto, el mercado para el turismo de salud está creciendo a nivel global. Los países líderes se han consolidado como destinos médicos internacionales gracias a la coparticipación de empresas de salud privadas y el sector público.

Si bien es un fenómeno relativamente reciente y aún se dificulta su sistematización a nivel de *market share* –precisamente por contar con una falta de segmentación que identifiquen específicamente al turista médico en cada país-, el escenario a nivel gubernamental en materia de impacto en las economías locales y nacionales y de cantidad de turistas distribuidos por país es promisorio. Las tendencias que se vienen delineando hace algunos años a nivel mundial, tanto desde el ámbito privado como desde el público son positivas.

En la Argentina este segmento creció un 25% en los últimos 4 años, generándole un ingreso de divisas de U\$S 80 millones anuales y la proyección esperada es lograr U\$S 500 millones para el año 2020. ¿Cómo se logrará esto? Si bien el propio “mercado de la salud” es dinámico y va en aumento, los distintos niveles gubernamentales, ya sea el Estado nacional, provincial o bien los propios gobiernos locales y municipios, se encuentran trabajando y articulando esfuerzos con sus propios sistemas de salud y a través de clínicas y centros privados con el objetivo de posicionarse como destino elegido. Asimismo, pudo observarse como la propia industria turística argentina busca generar sinergias tanto con el sector de la salud como con el propio Estado de forma tal, de buscar generar mayores posibilidades para la propia industria.

Si bien podría pensarse más en el fenómeno como una estrategia de mercado, no debe olvidarse que son los propios Estados –es el propio Estado argentino- el que busca promover y aumentar y profundizar la llegada de turistas-pacientes extranjeros con el fin de posicionar la “marca argentina” dentro de la dinámica internacional del turismo médico en auge.

## Bibliografía

- Asociación de Turismo Médico:** <http://www.medicaltourismassociation.com/es/index.html>
- Bernal, Richard** (2007): “La globalización de la atención de la salud: oportunidades para el Caribe”. Revista de la CEPAL, N° 98.
- Carrera, P.M. y Bridges, J.** (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research. pp 447-54.
- Clusters Norte de Santander:** <http://www.clustersnortedesantander.com>
- Cohen, Eric** (2008): “Medical Tourism in Thailand”. [En línea] Disponible en: <http://www.graduate.au.edu/gsbjournal/1V/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf>
- Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires** (2014). Informe Turismo Médico de la Ciudad de Buenos Aires. [En línea] Disponible en: [http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2015/08/27/Editorial\\_37126.php](http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2015/08/27/Editorial_37126.php)
- Díaz, David; Hurtado, Margarita** (1994): “El comercio internacional de servicios de salud: principales cuestiones y oportunidades para los países de América Latina y el Caribe”. Publicaciones del Programa de Políticas de Salud, División de Salud y Desarrollo. Organización Panamericana de la Salud [En línea] Disponible en: [www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/IT33.PDF](http://www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/IT33.PDF)
- Ehrbeck, Tilman; Guevara, Ceani; Mango, Paul D.** (2008). Mapping the market for medical travel. Estudio de McKinsey.
- Fuentes, Patricia** (2009): “El turismo de la salud como producto turístico en auge: análisis del caso en la provincia de Buenos Aires”, en: Repositorio de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. [En línea] Disponible en: [http://nulan.mdp.edu.ar/1388/1/fuentes\\_p.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1388/1/fuentes_p.pdf)
- Giorgadze, Nino** (2015): “Dinámica mundial del turismo de la salud”, en: Repositorio de la Universidad de Oviedo, España. [En línea] Disponible en: [http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/31305/1/TFM\\_Nino%20Giorgadze.pdf](http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/31305/1/TFM_Nino%20Giorgadze.pdf)
- Global Industry Analysts:** <http://www.strategyr.com>
- Goodrich, J.M.** (1994). Health tourism: a new positioning strategy for tourist destinations. Journal of International Consumer Marketing, pp. 227-237.
- Informe de Turismo Interno – Ciudad de Buenos Aires** (2005). Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. [En línea] Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)

- Informe de Turismo Interno – Ciudad de Buenos Aires** (2006). Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. [En línea] Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)
- Informe Anual de Preferencias** (2008). Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. [En línea] Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)
- Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR):** <http://www.argentina.travel/es>
- Joint Commission International:** <http://es.jointcommissioninternational.org/>
- McKinsey y Company** (2010). How changes in tourism will affect medical travel. International Medical Travel Journal.
- Ministerio de Producción de Costa Rica** (2010): “Un cluster incipiente y potencial para Costa Rica”.
- Organización Mundial de Turismo:** <http://www2.unwto.org/es>
- Organización Latinoamericana de Turismo Médico:** <http://turismomedico.org/>
- Patients Beyond Borders:** <http://www.patientsbeyondborders.com>
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS).** Buenos Aires, Argentina, 2007. Disponible en: <http://www.cofecyt.mincyt.gov.ar/convocatorias/asetur/PFETS/PLAN%20FEDERAL%20DE%20TURISMO%20-%20ARGENTINA%202016.pdf>
- Ruiz-de Chávez, Manuel; Jimhez-Aguado, Ricardo; Márque-Lapose, Mario; Alleyne, George** (2007): “Salud y turismo”. [En línea] Disponible en: [www.insp.mx/rsp/articulo.php?id=001374](http://www.insp.mx/rsp/articulo.php?id=001374)
- Sammarchi, Marta** (2001): “Situación actual del turismo en la Argentina”. Cuadernos de Turismo N° 008. Universidad de Murcia, Murcia.
- Trent Accreditation Scheme:** <http://www.qha-trent.co.uk>
- (2009): Buscan incentivar el turismo médico en el país. [En línea] Disponible en: <http://www.ambito.com/488272-buscan-incentivar-el-turismo-medico-en-el-pais>
- (2010): “Argentina: Turismo Médico”. [En línea] Disponible en [http://www.argentina.travel/public\\_documents/co5e0a\\_Medicina%20Argentina.pdf](http://www.argentina.travel/public_documents/co5e0a_Medicina%20Argentina.pdf)
- (2012). Movilidad de pacientes en el contexto internacional. Revista Española de Economía de la Salud.
- (2013): “Dólar quirófano: el turismo médico es fuente de divisas, creció 25% en 4 años”. [En línea] Disponible en: [http://www.clarin.com/zona/turismo-medico-fuente-divisas-crecio\\_o\\_850715045.html](http://www.clarin.com/zona/turismo-medico-fuente-divisas-crecio_o_850715045.html)