

Título Salud y Turismo en Argentina: ¿dos caras de la misma moneda?

Tipo de Producto Divulgación

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

2015

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

UADE 

Salud y Turismo en Argentina: ¿dos caras de la misma moneda?

El Ministerio de Turismo de la Nación, a través del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), se encuentra trabajando con el objetivo de consolidar el desarrollo del “turismo médico” en la Argentina. Afirman que la combinación de la gran estructura sanitaria y los atractivos turísticos del país se presentan como la clave para el posicionamiento de este cada vez más demandado “producto”.

Una Investigación desarrollada por un grupo investigadores del Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales (INSOD) de la Fundación UADE, liderado por la Lic. Marina L. Tomasotti, analiza la innovadora medida adoptada por el Ministerio de Salud y de Turismo de la Nación.

Actualmente, Argentina cuenta con cinco líneas de desarrollo turístico nacionales: 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”. En tal sentido, con servicios médicos de excelencia, profesionales altamente capacitados y propuestas complementarias vinculadas al bienestar, se pretende situar a la Argentina como un gran oferente en servicios de salud, que va desde chequeos médicos, diagnósticos e intervenciones sencillas hasta tratamientos de alta complejidad.

El concepto de “turismo médico” no es nuevo. Se trata de personas que viajan fuera de sus países de residencia con el objetivo de buscar servicios médicos o de bienestar en otros países. Los factores que han conducido 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 para recibir atención médica de tipo curativa, preventiva, estética o de bienestar.

En Argentina se trata de uno de los productos en los que más se está trabajando para lograr difundir en el mundo las posibilidades que brinda el país a todos aquellos que buscan realizar algún tipo de tratamiento o intervención médica. De esta manera, el trabajo en conjunto desde el INPROTUR, la Cámara Argentina de Turismo (CAT) y la Cámara de Instituciones Argentinas para Promoción de la Salud (CIAPSA) –institución creada precisamente para este objetivo- es uno de los pilares para el desarrollo de este producto.

El denominado “producto médico” es una de las industrias que mayor crecimiento exponencial ha experimentado en los últimos años a nivel mundial. Esta tendencia en

continuo ascenso prevé un cada vez mayor impacto económico, posicionándolo como uno de los segmentos de crecimiento más importantes. Anualmente, el turismo médico moviliza unos US\$ 83.700 millones a nivel global. El objetivo que se pretende a nivel estatal es que las distintas ciudades se conviertan en mecas turísticas del turismo generado a partir de la demanda médica.

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 que arriban en busca de tratamientos médicos y estéticos. Pacientes provenientes principalmente de Bolivia, Perú, Paraguay y Uruguay buscan clínicas y profesionales locales para realizarse cirugías cardíacas, oftalmológicas y estéticas. Los motivos principales son: la calidad de los médicos, la disponibilidad de alta tecnología médica y los costos comparativamente más bajos que en sus países de origen.

Según la CIAPSA, un 40% del segmento está orientado a cirugías plásticas y estética dental y el 60% restante a intervenciones traumatológicas, cardíacas y hemodinámicas. La cirugía estética cosmética, la bariátrica y la oftalmológica, además de los tratamientos de fertilidad, son las prácticas más buscadas por los extranjeros en Argentina.



Fuente: elaboración propia en base a datos de CIAPSA

La Secretaría de Turismo de Rosario, por ejemplo, busca generar paquetes turísticos que atraigan a los turistas para elegir a Rosario como una ciudad donde atenderse, y simultáneamente, disfrutar de la gastronomía, el paisaje ribereño y la hotelería.

Las dos grandes ventajas que encuentran los extranjeros en Argentina para realizar sus prácticas médicas hoy son, por un lado, el alto nivel tanto de los profesionales como de la tecnología médica, y por el otro, la diferencia cambiaria que provee

grandes ventajas económicas ya que los beneficia el tipo de cambio. Por lo que las principales autoridades de promoción turística y sanitaria ven esta realidad como una oportunidad para desarrollar el turismo local.

La mayoría de los pacientes que llegan a la Argentina en el marco del turismo de salud son latinoamericanos de un alto nivel económico y vienen porque en su país de origen no pueden hacerse los tratamientos o porque no hay lugares específicos, por falta de turnos y buscan en los países de la región una atención similar a lo que les harían en los Estados Unidos. Prefieren a la Argentina porque cuenta con un nivel muy similar al estadounidense pero con precios mucho más accesibles.

Tabla comparativa: ejemplos de costos de intervenciones médicas por país

	Argentina	Estados Unidos	Costa Rica	México	Colombia
Bypass Cardíaco	17.000 USD	93.350 USD	25.000 USD	18.000 USD	Sin información
Reemplazo de Cadera	11.000 USD	37.500 USD	Sin información	13.500 USD	Sin información
Implante Dental	590 USD	6.000 USD	Sin información	Sin información	1.700 USD
Cinturón Gástrico	9.500 USD	21.700 USD	Sin información	Sin información	Sin información
Implante Mamario	2.850 USD	9.500 USD	3.250 USD	Sin información	Sin información

Fuente: elaboración propia en base a cifras Ministerio de Turismo de la Nación

La intensificación de la industria del turismo médico traería, según los organismos oficiales, amplios beneficios para la región. No solo la Argentina, sino también Colombia o México poseen agencias de turismo receptivo que están evaluando armar paquetes especiales para pacientes incluyendo la hotelería. Hay que destacar que los pacientes siempre viajan acompañados y necesitan permanecer un tiempo en la ciudad para reponerse luego de las intervenciones y atenciones.

La posibilidad de ingresar al circuito del "turismo de la salud" puede resultar interesante para los prestadores locales argentinos. Los turistas no suelen solicitar tratamientos o intervenciones a través de obras sociales, sino que pagan en forma particular. Sin embargo, una de las principales críticas que podría plantearse al sistema es que esta modalidad signifique un perjuicio para la atención médica local.

Las operaciones o tratamientos de pacientes del exterior se pactan en dólares, previo envío de un presupuesto, dado que la moneda norteamericana sirve como valor de referencia a nivel internacional. Luego, la facturación se realiza en pesos argentinos, al tipo de cambio oficial vigente.

La Asociación de Turismo Médico (ATM) es la primera y única asociación internacional sin fines de lucro en la industria del turismo médico y la salud global integrada por los

mejores hospitales internacionales, proveedores de salud médica, aseguradoras y otras compañías afiliadas que actualmente trabaja en el desarrollo digital de una plataforma comparativa donde el potencial turista pueda analizar y comparar todas las opciones posibles para tomar la mejor decisión de acuerdo a sus intereses, es decir, en qué país atenderse, a qué costo y con qué beneficios.

El Ministerio de Turismo de la Nación difunde en el exterior los servicios que se ofrecen en Argentina. Según el IPROTUR, la promoción se realiza no solo vía web, sino también en ferias de turismo médico mundiales, seminarios y workshops en países como Brasil, Perú, España, Chile y Estados Unidos. Allí, participan entidades como Fleni, Hospital Italiano, Hospital Alemán, Clínica Bazterrica, Fundación Favaloro, Instituto Cardiovascular de Buenos Aires y Centro Oftalmológico de Diagnóstico, entre otras.

Argentina cuenta con una serie de ventajas comparativas que lo posicionan en un lugar destacado para potenciar la llegada de turistas vinculados a este mercado: una estructura sanitaria y tecnológica de última generación, excelente ecuación precio – calidad de la oferta, una gran diversidad de paisajes y destinos turísticos y la gran variedad de frecuencias aéreas con países de todo el mundo hacen de Argentina un destino de interés para todos aquellos que quieran utilizar los servicios médicos y aprovechar la oportunidad para recorrer el país.

En síntesis, se trata de servicios médicos que marcan un contraste con la realidad de hospitales públicos de la Argentina en donde barreras económicas impiden el pleno acceso a la salud de la población local. En este caso, se posponen cirugías por falta de insumos, hay pacientes que no logran conseguir turnos y hasta se desarrollan operaciones en condiciones inadecuadas.

Sin embargo, la integración de las entidades turísticas públicas y privadas, junto con las instituciones de la salud, pareciera ser la clave para diseñar políticas públicas nacionales y sub-nacionales orientadas a la búsqueda de beneficios para pacientes extranjeros y el desarrollo de facilitadores para consolidar una industria que promete un alto rédito en el corto y mediano plazo, consolidando así un nuevo segmento y mercado, transformando al turismo y a la salud en “dos caras de la misma moneda”.