El Turismo de Salud en Colombia y Santander: Perspectivas y Avances Hacia la Internacionalización

Bucaramanga, octubre 2015

María Camila Prada Arias[1]
Universidad Autónoma de Bucaramanga
Mprada739@unab.edu.co

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es determinar las principales ventajas y debilidades que tiene Colombia y el departamento de Santander en el campo del turismo médico, y así generar estrategias de internacionalización para este sector. De esta manera, se podrán entender mejor los retos que deben enfrentar tanto el sector público como el privado para incrementar la competitividad del sector en mercados internacionales.
No obstante, a pesar de todos estos esfuerzos realizados por Colombia para promover las ventajas competitivas del país frente a sus principales competidores como lo son India, Brasil y México, no ha sido posible posicionar al país como un destino de talla internacional para practicar el turismo de salud. En este sentido, se identificaron las principales razones por las cuales Colombia no ha podido obtener este reconocimiento y así generar algunas recomendaciones para que pueda disminuir estas brechas frente a los países líderes en el sector del turismo médico.

Palabras claves: turismo médico, estrategias de internacionalización, ventajas comparativas, sector competitivo.

Clasificación JEL: Y40, I10, I19, F19, F21, F34.

---

[1]Estudiante de Economía. Correo: mprada739@unab.edu.co
Artículo de auxiliar de investigación para optar al título de Economista

El Turismo de Salud en Colombia y Santander: Perspectivas y Avances hacia la Internacionalización

Bucaramanga, octubre 2015

María Camila Prada Arias
Universidad Autónoma de Bucaramanga
Mprada739@unab.edu.co[2]

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the main advantages and weaknesses that Colombia and the department of Santander in the field of medical tourism, and generate internationalization strategies for this sector. In this way, they can better understand the challenges facing both the public and private sectors to increase the sector's competitiveness in international markets.
The consistency of this document lies in the fact that medical tourism has gone through a process of change in the last decade, moving from a fledgling to a strongly growing and diversifying industry, becoming a group of large and importance for the country's economy. In this sense, Colombia has begun to promote internationally competitive advantages of the country against its major competitors, such as India, Brazil and Mexico.
However, despite these efforts Colombia has not been possible to position the country as a world-class destination for health tourism practice. In this sense, the main reasons why Colombia was unable to obtain this recognition and generate some recommendations so that you can reduce these gaps against the leading countries in the field of medical tourism were identified.

Keywords: medical tourism, internationalization strategies, comparative advantage, competitive sector.

JEL Classifications: Y40, I10, I19, F19, F21, F34.

---

[2] Economy student. Mail: mprada739@unab.edu.co.
Article research assistant for the title of Economist.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 7

1. MARCO DE REFERENCIA 8

1.1 LA INTERNACIONALIZACIÓN8

2. MARCO CONCEPTUAL3

2.1 TURISMO DE SALUD9

2.2 ¿QUÉ ES EL TURISMO DE SALUD?9

2.3 CATEGORÍAS DE LOS SERVICIOS DEL TURISMO DE SALUD10

2.4 RESEÑA HISTÓRICA DEL TURISMO MEDICO11

2.5 IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURAL DEL TURISMO MÉDICO12

3. EL TURISMO DE SALUD EN EL MUNDO 12

3.1 PRINCIPALES TENDENCIAS DEL SECTOR EN EL MUNDO13

3.2 ESTADÍSTICAS DEL TURISMO DE SALUD EN LA CATEGORÍA DE BIENESTAR16

4. PROYECCIONES DEL CRECIMIENTO EN INGRESO Y TURISTAS DE SALUD A NIVEL MUNDIAL 16

4.1 PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO EN INGRESOS Y TURISTAS DE LA CATEGORÍA DE MEDICINA CURATIVA A NIVEL MUNDIAL17

4.2 PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO EN INGRESOS Y TURISTAS DE LAS CATEGORÍAS DE MEDICINA ESTÉTICA Y MEDICINA PREVENTIVA EN EL MUNDO17

4.3 PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO EN INGRESOS Y TURISTAS DE LA CATEGORÍA DE BIENESTAR A NIVEL MUNDIAL 18

5. LIDERES EN TURISMO MEDICO EN EL MUNDO 20

5.1 INDIA20

5.2 MALASIA21

5.3 SINGAPUR21

6. LIDERES EN TURISMO MEDICO EN AMÉRICA LATINA21

6.1 COSTA RICA 21

6.2 MÉXICO22

6.3 BRASIL22

7. TURISMO MEDICO EN COLOMBIA23

7.1 ZONAS FRANCAS DEL SECTOR SALUD A NIVEL PAÍS24

7.2 VENTAJAS DEL TURISMO MÉDICO EN COLOMBIA25

7.3 DESVENTAJAS DEL TURISMO MÉDICO EN COLOMBIA26

7.4 INVERSIÓN EN EL SECTOR DEL TURISMO DE SALUD27

7.5 INCENTIVOS EN COLOMBIA PARA LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD27

7.6 OFERTA DE SERVICIOS DE SALUD EN COLOMBIA28

7.7 IMPACTO DEL TURISMO DE SALUD EN LA ECONOMÍA COLOMBIANA 28

7.8 ¿POR QUÉ COLOMBIA NO ES LÍDER EN TURISMO MÉDICO? 29

8. TURISMO MÉDICO EN SANTANDER 29

8.1 INVERSIÓN EN SALUD EN SANTANDER26

8.2 AVANCES DE SANTANDER EN TURISMO MÉDICO30

8.3 VENTAJAS DEL TURISMO DE SALUD EN SANTANDER32

9 ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EL SECTOR DEL TURISMO DE SALUD EN COLOMBIA Y SANTANDER 34

10. RECOMENDACIONES PARA SANTANDER37

11. CONCLUSIONES39

11. BIBLIOGRAFÍA42

12. ANEXOS48

LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS

TABLA 1. TURISMO DE SALUD EN EL AÑO 2008: BIENESTAR14

TABLA 2. TURISMO DE SALUD EN EL AÑO 2008: MEDICINA15

TABLA 3. EJEMPLOS DE COSTOS DE PROCEDIMIENTOS MÉDICOS, FRENTE A LOS PRINCIPALES COMPETIDORES DEL TURISMO DE SALUD A NIVEL MUNDIAL, AÑO 200926

FIGURA 1. NÚMERO DE TURISTAS DE SALUD EN LA CATEGORÍA DE MEDICINA CURATIVA16

FIGURA 2. INGRESOS POR PARTE DE LA CATEGORÍA DE MEDICINA CURATIVA17

FIGURA 3. NÚMERO DE TURISTAS EN LA CATEGORÍA DE MEDICINA ESTÉTICA Y PREVENTIVA18

FIGURA 4. INGRESOS PROVENIENTES DE LA CATEGORÍA DE MEDICINA ESTÉTICA Y PREVENTIVA18

FIGURA 5. NÚMERO DE TURISTAS EN LA CATEGORÍA DE BIENESTAR 19

FIGURA 6. INGRESOS PROVENIENTES DE LA CATEGORÍA DE MEDICINA EN LA CATEGORÍA DE BIENESTAR 19

INTRODUCCIÓN

El turismo medico ha transcurrido por un proceso de cambio en la última década, pasando de ser un sector incipiente a un sector en continua expansión y diversificación, convirtiéndose en una actividad de gran envergadura e importancia para la economía del país. En este sentido, Colombia ha empezado a promover a nivel internacional las ventajas competitivas del país frente a sus principales competidores, como lo son India, Brasil y México.

El turismo de salud o turismo médico es concebido como el proceso de viajar fuera del país de residencia con un propósito específico: obtener asistencia médica especializada. El turismo medico se da principalmente porque existen altos costos de los tratamientos en los países de origen o inexistencia de estos, largos tiempos de espera, desvanecimiento de las fronteras, facilidad que existe actualmente para viajar y acceder a servicios médicos en diferentes países, la globalización y facilidad de acceso a información.

Si bien, el turismo de salud no es un concepto nuevo en el mundo, actualmente son más los países que reconocen a este sector como un motor clave para el desarrollo y crecimiento de sus economías, ya que en este se involucran varias partes, como la industria hotelera, gastronómica, turística, la industria de transporte, entre otras.

En este sentido, Colombia ha venido generando políticas y estrategias desde el gobierno y el sector privado a través de las cuales se promueva dicho sector y se promocione a Colombia como un país líder en este rubro. Estableciendo una postura estratégica en donde pueda aprovechar sus principales ventajas competitivas, tales como: menores costos comparativos, cercanía frente a los principales mercados objetivos y la calidad del personal médico.

Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos presentados por Colombia, el sector del turismo médico no ha logrado posicionarse como un sector de talla internacional, por esta razón, es indispensable identificar cuáles son los motivos por los cuales el país no ha logrado este reconocimiento, entre estos están: falta de acreditaciones institucionales, imagen negativa del país a nivel mundial y bajos niveles de bilingüismo.

Por lo tanto, esta investigación pretende determinar las estrategias que permitan fomentar el turismo de salud y que se convierta en una rama de negocios para las instituciones y entidades prestadoras de servicios médicos en Colombia. Así mismo se busca responder algunas preguntas que permitan avanzar en el tema de exportación del turismo de salud, como ¿Cuáles son las principales ventajas y desventajas del turismo de salud en Colombia y en el departamento de Santander, y cuáles son las estrategias de internacionalización del sector para lograr que este sea competitivo a nivel mundial? Este es un estudio descriptivo, el cual tiene una base completamente teórica, a partir de literatura encontrada en bases de datos consultadas y análisis bibliográfico.

El documento está compuesto por ocho secciones principales. En primera instancia, se presenta el marco de referencia en donde se hace una breve explicación de la internacionalización.
Seguido por el marco conceptual en donde se realiza una descripción del turismo de salud en el mundo y la presentación de sus categorías. En la tercera sección se puede encontrar

la situación del turismo de salud en Colombia y las principales ventajas y desventajas que presenta este rubro, para luego identificar las brechas que nos separan de los países líderes en este sector. Luego de ello se muestran las proyecciones del crecimiento en ingreso y número de turistas de salud a nivel mundial lo que permitirá demostrar la importancia y crecimiento de este sector los últimos años. En la cuarta sección de esta investigación se presenta el caso del turismo medico en el mundo y las principales tendencias del mismo. Seguidamente se presentan los líderes en turismo de salud en el mundo y en América Latina. La sección sexta y séptima de este documento están conformadas por una muestra de lo que es y ha sido el sector del turismo de médico en Colombia y el departamento de Santander. Por último, basado en la identificación de las ventajas y desventajas que presenta el país, se expondrán cuáles son los mecanismos que el Colombia y Santander deben considerar para potenciar estas ventajas, por un lado, y para lograr disminuir las desventajas por el otro, logrando así que más personas escojan a Colombia como su destino de turismo médico.

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 LA INTERNACIONALIZACIÓN

El proceso de la internacionalización: aspectos generales

La internacionalización nace con la teoría clásica del comercio exterior, la cual señala que los países procuran especializarse en la elaboración de bienes y servicios en donde tengan menor costo de producción, exportando estos recursos e importando los bienes y servicios que presenten costos de fabricación más altos. Según lo planteo Adam Smith en la teoría de la ventaja absoluta, los recursos más propensos a ser exportados serán aquellos que son abundantes y los recursos con mayor grado de escases serían los de importación, lo cual genera una distribución en las economías respecto al intercambio de bienes y servicios entre los países.

El término de internacionalización se refiere al conjunto de operaciones que facilitan la unión entre la empresa y los mercados internacionales. La dinámica de la internacionalización se basa en la secuencia de interacciones frecuentes entre el incremento de conocimientos sobre los mercados, las operaciones exteriores y el crecimiento de recursos en estos mercados (Eumed, 2015).

En las últimas dos décadas la economía a nivel mundial ha sufrido un proceso de desregulación y expansión de los mercados el cual crece significativamente. Esta dinámica se ha dado por decisiones gubernamentales que han permitido reducir barreras y desarrollar innovaciones en cuanto a avances tecnológicos y especialización productiva, lo que contribuye a este aumento de interrelación de los mercados (Eumed, 2015).

Según Duran Herrera (1996) citado por la enciclopedia virtual de ciencias económicas y sociales Eumed, la internacionalización de una empresa o un sector se relaciona en gran medida con aspectos como la competitividad del país y con la competencia presente en los mercados. Por lo cual no sería adecuado impulsar un proceso de internacionalización de la

empresa o sector si esta no es competitiva a nivel internacional o si no cuenta con un producto o servicio que lo sean. No obstante, este proceso establece una de las alternativas de crecimiento de la empresa si ésta considera aspectos ajenos al nacional para el potenciamiento de sus mercados.

Ahora bien, para lograr el objetivo de la internacionalización adecuadamente, se deben seguir unos parámetros, tales como determinar la naturaleza del servicio o producto, grado de diversificación, publico objetivo y maneras de llegar a él, recursos humanos, uso adecuado de la tecnología, ubicación y métodos de entrada a los mercados objetivos (Eumed, 2015).

Según Canals (1994) citado por (Leandro, 2009), los principales objetivos que presenta una empresa para internacionalizarse son: apertura de nuevos mercados, costes de producción más bajos, una estructura de la producción y la distribución de la empresa más eficiente. Por lo tanto el autor señala cinco pasos para lograr estas metas: 1) desarrollo de la empresa en su mercado local, 2) llevar a cabo exportaciones regulares, 3) emplear agentes independientes, 4) creación de filiales comerciales, 5) funcionamiento de filiales productivas.

Para llevar a cabo un proceso eficiente de internacionalización se deben tener en cuenta diversos factores, como el hecho de que la empresa debe disponer de un producto de calidad que compita con él en los mercados internacionales, la decisión sobre la combinación entre "producto a ofrecer y mercado a servir", la similitud de los mercados internacionales con el mercado local, existencia de canales de distribución parecidos, la cercanía entre regiones, el tamaño del mercado potencial, grado de competencia entre los mercados internacionales, la propensión al cambio, la estabilidad político-económica y la cercanía de la empresa con estos mercados (Leandro, 2009).

Según Arnoldo Araya (2009) algunas de las principales ventajas que presenta el desarrollo de la internacionalización en empresas y mercados son: la apertura de nuevos mercados, procesos de producción y distribución del bien o servicio más eficientes, capacidad de creación y diversificación de bienes o servicios más competitivos en el ámbito internacional, costos de producción más bajos, disminución de barreras y facilidad de entrada y salida de capitales, generación de nuevas tecnologías innovación y experiencia, reconocimiento nacional e internacional. Así mismo el proceso de internacionalización incentiva la inversión directa en el exterior.

En el creciente ámbito internacional es primordial que las empresas desarrollen capacidades que les permitan competir con los mercados al rededor del mundo. No obstante, este es un proceso que depende de la acumulación gradual de conocimientos sobre mercados externos, en donde es conveniente adquirir en un principio información acerca de los mercados similares al de origen para luego si entrar a competir con mercados internacionales. Igualmente es primordial el trabajo unificado del sector privado con el sector público, ya que este último provee la infraestructura, políticas e incentivos necesarios para que este proceso de expansión se dé adecuadamente.

Factores necesarios para la internacionalización de una empresa o sector:

Ventajas locales: la empresa o sector que decida internacionalizarse deberá contar con alguna ventaja competitiva respecto a sus competidores en el país receptor, para disminuir las desventajas de producir en un mercado desconocido. Algunas de estas ventajas pueden ser: avances tecnológicos, gestión empresarial, capacidad organizativa y directiva, adquisición de recursos, entre otras.

Ventajas internacionales: para lograr este proceso es necesario que sea más beneficioso para la empresa "internalizar las ventajas locales mediante la Inversión Extranjera Directa que externalizarlas a través de la venta de patentes o licencias a otras empresas" (Equipo de Investigación Universidad de Vigo, 2011)

Ventajas de localización: el mercado receptor de la inversión debe poseer un factor de localización, el cual relacionado con las ventajas de la empresa inversora esta prefiera invertir que exportar. Según el equipo de investigación de la Universidad de Vigo, estos factores de localización pueden fundamentarse en factores como costo o elementos relativos de la demanda.

Una vez la empresa tenga claro estos factores de internacionalización deberá considerar aspectos estratégicos que le permitan alcanzar este objetivo (Equipo de Investigación Universidad de Vigo, 2011) tales como:

¿En qué mercados entrar?

La decisión de a que mercados entrar es fundamental en el proceso de internacionalizarse, por lo cual es trascendental que la empresa tome esta decisión basada en las variables que respondan a las ventajas competitivas que cada empresa o sector busque particularmente.

¿Qué estrategias de entrada usar?

En la actualidad con la apertura económica y factores como la globalización, existen muchas estrategias para entrar a los mercados internacionales. Según el equipo de investigación de la Universidad de Vigo (2001) las más conocidas o las que mejores resultados obtienen son: exportaciones, inversión directa, coinversores con socios locales o extranjeros, licencias, franquicias, contratos de administración y/o producción.

La internacionalización por lo tanto representa para la empresa o sector un proceso innovador ya que provoca un cambio en la estructura organizativa, objetivos, programa de marketing y procesos de producción y distribución. Igualmente ofrece grandes beneficios para las empresas que decidan desarrollarlo. Según (C & M, 2013) las **ventajas fundamentales** de una empresa al momento de internacionalizarse son:

Eficiencia: Por medio de las ventajas competitivas, las economías de escala y los sistemas propios.

Flexibilidad: mejorar la posición competitiva por medio del crecimiento internacional. Esta puede ser adquirida por medio de la diversificación. Así mismo hay un mejor amparo de la competencia ya que esta empresa no competirá solo en el mercado de origen si no en mercados internacionales.

Aprendizaje: experiencia y aprendizaje del capital humano y de la empresa en general, ya que al estar en diferentes mercados se conocen distintos modelos y estrategias de competitividad sobre productos, servicios y publicidad.

Reconocimiento: prestigio tanto a nivel nacional como internacional, lo que hace que la empresa sea más reconocida por sus productos o servicios.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. TURISMO DE SALUD

2.2. ¿Qué es el turismo de salud?

El concepto de turismo médico es definido como el proceso de viajar fuera del país de residencia con el fin de obtener asistencia médica especializada en otra ciudad o país (Merchan, 2013). Recientemente, gracias a la facilidad que existe hoy en día para trasladarlos de un país a otro, y a la gran cantidad de información debido principalmente a la globalización de las naciones, el turismo de salud ha crecido significativamente en las últimas décadas, siendo cada vez más común y frecuente a nivel mundial. El turismo medico representa una gran importancia para el desarrollo de instituciones de salud tanto en el ámbito público como en el privado, generando ingresos adicionales, adquisición de nuevas tecnologías y el mejoramiento de la calidad de los servicios prestados, ya sean pacientes internacionales como nacionales (Bustos, 2012).

El impulso de esta actividad económica se ha convertido cada vez más atractiva para potencializar el crecimiento económico de muchos países. Es por esto que Colombia cuenta con varios fundamentos para que los pacientes extranjeros, que buscan la mejor calidad de servicios médicos, se decidan por nuestro país. Algunos de estos motivos son el hecho de que actualmente el sistema de salud colombiano, según cifras de la Organización Mundial de la Salud, ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el número 22 en el mundo, la alta calidad de profesionales en el área médica, el 7,3% del PIB que el país invierte en salud y el 13,9 % de su gasto público y que los procedimientos médicos cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en países como Estados Unidos y Europa. Adicional a esto entre sus ventajas se encuentra su diversidad de climas y su buena posición geográfica (Merchan, 2013).

Al término se le adiciona la palabra *turista* ya que se presenta un desplazamiento del paciente fuera del lugar donde se encuentra radicado, específicamente a realizarse algún procedimiento médico que no encuentra en su lugar de origen, o que se quiere realizar a un menor costo con excelentes estándares de calidad, pero que adicional a esto puede obtener algún plan turístico en el lugar de destino. Un aspecto diferenciador del turismo de salud es que proporciona los elementos necesarios para romper con la estacionalidad tradicional dentro del sector turístico y sanitario (Universidad de Málaga, 2015)

Son diversos los motivos que presenta una persona que toma la decisión de realizar turismo médico, entre las principales razones se encuentran:

- ***Costos***: los costos de servicios médicos en países como Europa y EE.UU son muy elevados, es por esto que cada vez son más frecuentes las personas que buscan realizarse aquellos procedimientos a un costo más asequible, en donde pueden ahorrar desde un 30% al 70% incluyendo costos de viaje (ANDI, 2010).

- ***Bienestar o vacaciones:*** representa un tiempo de relajación, ya que en algunas ocasiones realizarse algún procedimiento medico puede ser estresante, por lo que muchas personas aprovechan para tomar unas vacaciones y conocer el lugar de destino.

- ***Calidad:*** los estándares de calidad son importantes cuando se habla del tema de la salud, es por esto que las personas buscan los destinos más especializados en el tratamiento que requieren, ya que en algunos casos los procedimientos que requieren no se encuentran en su país de origen o no son aprobadas por las agencias regulatorias.

- ***Largas listas de espera***: particularmente países como Canadá, Reino Unido y Estados Unidos presentan sistemas de nacionales de salud congestionados, por lo que muchos pacientes optan por realizarse los procedimientos requeridos en otro país (Aragones, 2012).

Se han identificado que los procedimientos médicos más demandados por los pacientes extranjeros, se relacionan con el cuidado dental, las cirugías cosméticas, cirugía general y ortopedia, además, se solicitan tratamientos de bienestar como levantamiento espiritual, talleres de nutrición y servicios de spa (Castro, 2011).
Los elementos característicos de cada categoría se van a describir a continuación.

2.3. Categorías de los servicios del Turismo de Salud:

El turismo de salud se clasifica en cuatro categorías, ya que cada una de ellas incide de manera diferente en la salud los pacientes. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo las cataloga de la siguiente manera:

Medicina Estética: está relacionado con los viajes que se realizan por motivos de mejoras en la apariencia física en donde se encuentran tratamientos como: cirugías estéticas, cirugía reconstructiva, tratamientos dentales, tratamientos antiaging, tratamientos para el acné (MCIT, 2009)

Medicina curativa: son viajes realizados con el objetivo de tratar una condición médica a un menor costo, promoviendo la salud de las personas a través de diferentes modalidades para tratar la enfermedad. Los tratamientos que conforman este grupo son: tratamientos para manejo de sobrepeso, manejo de artritis, ortopedia, trasplantes, cirugía cardiovascular, entre otros (ANDI, 2010).

Medicina preventiva: viajes con el objetivo de prevenir futuros problemas médicos, gracias a controles y tratamientos adaptados a cada diagnóstico. Entre estos están los tratamientos referentes a: chequeo general, salud femenina, salud masculina, envejecimiento saludable, embarazo, entre otros (MCIT, 2009).

Medicina Bienestar (Inspired Wellness): viajes que tienen como principal objetivo promover el cuidado por sí mismo de cada paciente, por medio de tratamientos

alternativos, los cuales pueden ser: sociales, espirituales o físicos. Dentro de este grupo se encuentran procedimientos como: termalismo, tratamientos de spa, acupuntura, nutrición, talasoterapia, entre otros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

Como se pudo observar anteriormente, en la actualidad la demanda de los tratamientos médicos de los pacientes extranjeros es cada vez más alta y más especializada. No obstante esta categoría del turismo es de origen muy antiguo tal y como se presentará a continuación.

2.4. Reseña histórica del Turismo Medico

El concepto de Turismo medico es casi tan antiguo como la medicina tradicional, es de origen griego, ya que muchos peregrinos de la zona viajaban por todo el Mediterráneo hasta el golfo Sardónico llamado Apiadaría (Aragones, 2012). Este fue el primer destino de turismo médico, en donde se construyeron los primeros complejos para la salud junto a fuentes de agua mineral, puesto que eran considerados como medicinales y terapéuticos (Medesis S.A, 2008).

Diferentes escritos históricos revelan que culturas como Mesopotamia, India, Egipto y China contaban con distintos lugares de sanación y balnearios construidos en torno a los yacimientos termales, por lo cual muchas personas de diferentes regiones se movilizaban para encontrar una cura a sus enfermedades (Medesis S.A, 2008). El hecho de desplazarse hasta otra región para obtener un tratamiento de salud, permitía a los viajeros conocer el país de destino, dando origen al término de turismo médico.

El concepto que hoy conocemos como *Turismo Medico o de Salud* no nació en las últimas generaciones, ha existido desde tiempos remotos, y seguirá creciendo mientras los países desarrollados continúen aumentando los precios en los procedimientos médicos, lo cual presenta una oportunidad para que los países en vías de desarrollo atiendan a las personas que buscan tratamientos médicos de excelente calidad a un precio más asequible (wordpress, 2011).

2.5. Importancia Socioeconómica y cultural del turismo medico

En los últimos tiempos el turismo se ha ido expandiendo y diversificando potencialmente, lo que lo convierte en unos de los sectores económicos de mayor envergadura que crece con gran rapidez y dinamismo a nivel mundial. Esta dinámica permite que el sector se convierta en un factor realmente importante para el progreso socioeconómico y cultural de una sociedad (La Organización Mundial del Turismo, 2015).

Adicional a las claras ventajas económicas que tiene el sector del turismo en un país, el turismo medico cuenta con grandes beneficios para la sociedad que lo realice debido a su enorme potencialidad. A través de este sector las personas pueden conocer diferentes culturas, tener contacto con distintas formas de vivir y diferentes ambientes geográficos, así como se presenta un intercambio de tradiciones, costumbres y hábitos (Merchan, 2013). Sin embargo a pesar de que representa grandes beneficios, puede llegar a ser desfavorable para la población autóctona, puesto que el intercambio de experiencias y culturas entre diferentes sociedades, puede hacer que se pierda la identidad del país receptor. También puede representar un deterioro de los monumentos históricos por exceso de frecuentación (Pampillon, 2007). Por lo tanto es tarea del Estado incentivar el intercambio de las culturas, pero instaurando proyectos para fomentar y preservar las tradiciones y costumbres locales

(Merchan, 2013).

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos (La Organización Mundial del Turismo, 2015).

Según cifras de la Organización Mundial de las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron un 4,3% en 2014 hasta alcanzar a los 1.133 millones; el turismo internacional en 2014 generó 1,5 billones de dólares EE.UU. en ingresos por exportación; la OMT prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 3% y 4% en 2015 (La Organización Mundial del Turismo, 2015).

El sector del turismo ha crecido a una escala mayor en los países en vías de desarrollo que en las economías desarrolladas, lo que se explica principalmente por el aumento del ingreso disponible y al hecho de que en la actualidad viajar es más asequible para la gran parte de la población. El aporte del sector al crecimiento económico de un país depende principalmente: de la integración con otros sectores; la medida en que los ingresos procedentes del turismo se utilicen para financiar el desarrollo de las infraestructuras y apoyar a las empresas locales; las políticas y estrategias adoptadas por los gobiernos y la medida en que fomentan las inversiones nacionales y extranjeras en el turismo; actividades turísticas de forma sostenible ambiental y culturalmente (Naciones Unidas, 2013)

3. El Turismo de Salud en el mundo

En la última década, un gran número de países a nivel mundial han considerado el turismo como un sector estratégico para el progreso y desarrollo socioeconómico, invirtiendo en él, a través de la creación de nuevas empresas, puestos de trabajo y políticas nacionales e internacionales que permitan su creciente desarrollo (OMT, 2015).

Los principales destinos de los turistas de salud son Asia y Norteamérica, sin embargo la demanda de procedimientos en países en vías de desarrollo es cada vez más creciente (OMT, 2015). Las personas que deciden viajar a países como Europa y Norteamérica van en busca de la mejor tecnología y mayor innovación en los tratamientos pero generalmente estos son destinos para personas de clase alta provenientes de diferentes lugares del mundo.

La mayoría de los turistas de salud son atraídos por servicios en la categoría de medicina general. En cuanto a la categoría de Bienestar, Medio Oriente y América Latina son los destinos más apetecidos por pacientes internacionales (Romero, 2013). Respecto a la especialización de procedimientos por países, en Asia la mayor oferta medica es en cardiología, en Medio Oriente la oncología, en América Latina la cirugía estética y en Europa la rehabilitación (Romero, 2013).

Según el documento presentado por la Organización Mundial del turismo: *Panorama OMT del turismo internacional,* la demanda de turistas internacionales ha venido aumentando progresivamente en los últimos años. Pasando de 940 millones de turistas en el año 2010 a 983 millones en el año 2011, un crecimiento de un 4,6%. El país que presentó el mayor

crecimiento fue Europa, que abarca más de la mitad de las llegadas de turistas internacionales del mundo; mientras que Oriente Medio tuvo un crecimiento menor con 8% y el Norte de África el -9% debido a conflictos políticos principalmente (Romero, 2013). Conforme lo expresado por la OMT, en las economías desarrolladas la contribución del turismo al PIB varía entre un 2% en los países en que el turismo es un sector relativamente pequeño y más del 10% en países en los que el turismo constituye un pilar importante de la economía (Bermudez, 2012).

El turismo de salud ha avanzado a tal punto que actualmente representa una gran alternativa para contribuir a la solución de problemas de sistemas de salud en muchos países del mundo. La valoración del mercado del turismo medico a nivel mundial fue en promedio de US$60 billones para el 2007, con una expectativa de US$100 billones para el 2010, por lo que se presenta como una industria promisoria en el ámbito de la economía mundial (Keckley & Underwood, 2008).

3.1. Principales tendencias del sector turismo de salud en el mundo

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo expresa mediante su publicación de resumen ejecutivo *Desarrollando Sectores de Clase Mundial*, las principales tendencias del sector del turismo de salud en el mundo, las cuales presenta como:

Tendencias geográficas:

El principal destino de los residentes de Norteamérica y Europa es Asia, igualmente existe un flujo significativo entre los países de esta misma región. Así mismo Norteamérica y Asia son los destinos que atraen el mayor flujo de turistas de salud que van en busca de tratamientos en las categorías médicas. En cuanto a la categoría de bienestar (Inspired Wellness), Medio Oriente y América Latina son los países más llamativos para los turistas a nivel mundial (Sánchez, 2011).

Tratamientos más demandados:

Actualmente se estima que los tratamientos que presentan la mayor rentabilidad son los se encuentran en la categoría de medicina preventiva y de bienestar. Las especialidades más demandadas en las categorías de medicina son: cirugía general y ortopedia; mientras que en la categoría de bienestar son: levantamiento espiritual, talleres de nutrición y tratamientos de spa (cosméticos y no cosméticos) (Ramirez Montañez & Pimiento Martín, 2015).

Tratamientos más ofertados:

En América Latina la especialidad con mayor oferta en la categoría de medicina es la cirugía estética, en Europa es la rehabilitación, en Asia la cardiología y en Medio Oriente la Oncología. En la categoría de bienestar, la oferta se concentra principalmente en Europa, Norte América y Asia, tanto en número de spas como en ingresos (Ramirez Montañez & Pimiento Martín, 2015).

La OMT (citado por Romero, 2013) proyecta que para el año 2020 las llegadas de turistas podrían ser aproximadamente 1.500 millones de personas, lo que significa ingresos en divisas por valor de US$ 1000 billones. Así mismo estimo que en América latina y el Caribe llegaran 130 millones de turistas e ingresos anuales por valor de US$90 billones en el mismo año. Esta proyección nos permite observar el importante crecimiento y desarrollo del sector en el futuro.

3.2. Estadísticas del turismo de salud en la categoría de bienestar

Según estadísticas provistas por el Ministerio de Comercio, Industria y turismo dentro del marco del Programa de Transformación productiva, en el año 2008, el mercado de este sector económico alcanzo los 25 mil millones de dólares a nivel mundial.

Los países con mayor incidencia dentro del turismo de salud en la categoría de bienestar son Alemania, Asia, Japón y Estados Unidos (Aragones, 2012). Así mismo estos países cuentan con un número mayor de empleados e instalaciones prestadoras de servicios de salud. Lo cual se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 1. Turismo de salud en el año 2008: Bienestar

TURISMO DE SALUD: BIENESTAR				
PAIS	INGRESOS (millones)	No. TURISTAS	INSTALACIONES	EMPLEADOS
Estados Unidos	US $ 4.070	981.600	17.845	275.790
Japón	US $ 1.500	590.190	6.442	104.250
Alemania	US $ 1.200	587.000	3.970	86.920
México	US $ 750	380.000	1.855	29.790
Francia	US $ 710	350.000	2.750	54.430
China	US $ 455	180.000	4.520	82.110
Argentina	US $ 460	183.500	1.170	14.300
Emiratos Árabes	US $ 240	174.000	212	-----

Fuente: elaboración propia. Datos provistos de Arias (2008).

Turismo de salud en la categoría de medicina

Con respecto a la categoría de medicina, los estados del golfo representan la mayoría de acreditaciones otorgadas por la Joint Commision Internacional, la cual es la organización encargada de hacer cumplir todos los protocolos de calidad y seguridad del paciente (JCI) (Aragones, 2012). En la siguiente tabla se pueden evidenciar las acreditaciones pertenecientes a cada país y sus respectivas especialidades.

Tabla 2. Turismo de salud en el año 2008: Medicina

TURISMO DE SALUD: MEDICINA			
PAIS	CARACTERISTICAS	ESPECIALIDADES	ACREDITACIÓN
Estados del Golfo	Costos mayores a India y Tailandia		28 acreditaciones de JCI
Brasil	Costo de 50%-60% con relación a EEUU	Cirugía estética	12 acreditaciones de JCI
Singapur	Costo de 50%-60% con relación a EEUU. Atención de mercado regional		12 acreditaciones de JCI
India	Costo de 15%-20% con relación a EEUU. Personal capacitado en EEUU. Tecnología de punta	Neurología Cardiología Endocrinología Urología	11 acreditaciones de JCI
México	Costo de 25%-35% con relación a EEUU. Alto índice de turistas norteamericanos	Cirugía dental Cirugía estética	8 acreditaciones de JCI
Tailandia	Costo de 30%-40% con relación a EEUU. País con gran atractivo turístico	Medicina alternativa	4 acreditaciones de JCI
Costa Rica	Costo de 15%-20% con relación a EEUU	Cirugía dental Cirugía estética	2 acreditaciones de JCI

Fuente: elaboración propia. Datos provistos por Arias (2008).

Nota: Los costos se toman en comparación a los de Estados Unidos ya este país presenta los precios más elevados en el mercado mundial.

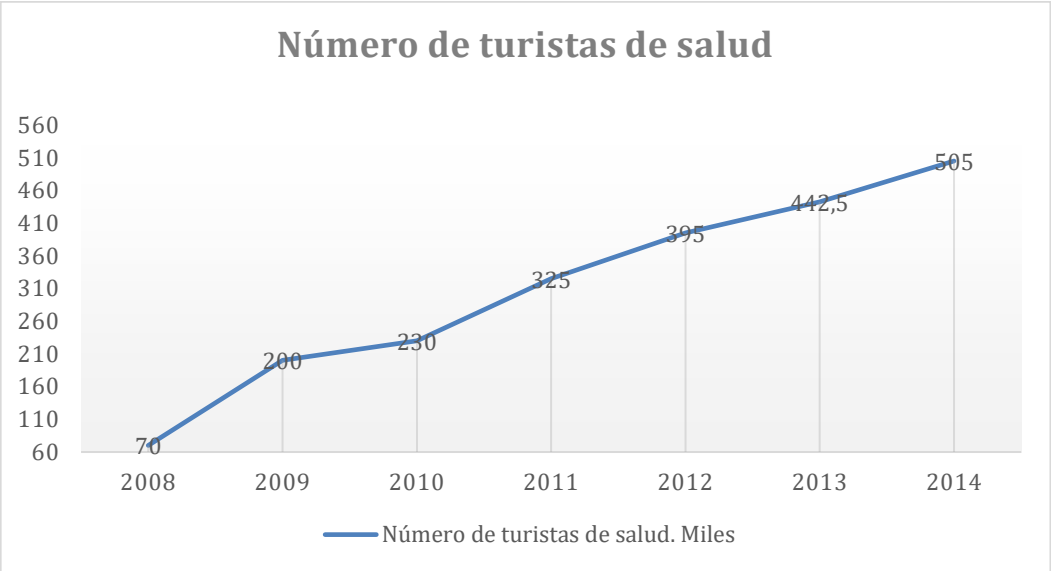
A continuación se muestran las proyecciones que tiene este sector a escala mundial

4. Proyecciones del crecimiento en ingreso y turistas de salud a nivel mundial.

4.1. Proyección del crecimiento en ingresos y turistas de la categoría de medicina curativa a nivel mundial

Según las proyecciones realizadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en su informe final del sector turismo de salud, el número de turistas que ingresan al país en la categoría de medicina curativa ha aumentado progresivamente en los últimos años. Ya que factores como ahorro en costos, mejor calidad en los servicios médicos y menores tiempos de espera para acceder a los procedimientos, continuaran fomentando el crecimiento del sector.

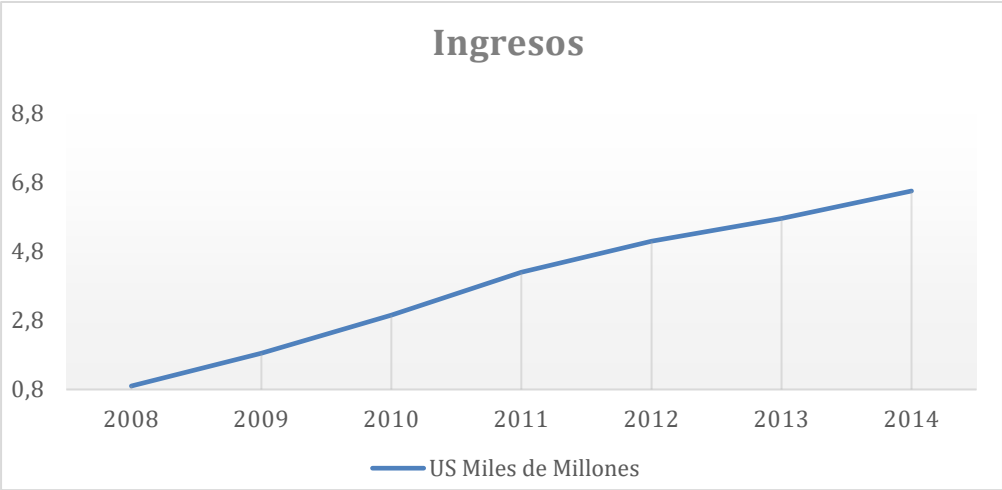
Figura 1. Número de turistas de salud en la categoría de medicina curativa.



Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2009.

Los ingresos son directamente proporcionales al número de turistas de salud, y así como estos aumentan, también lo hacen los ingresos, ya que por cada persona que ingresa al país a realizarse algún procedimiento médico, generalmente lo acompañan una o más personas. Según lo estimado por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, los ingresos nominales en el 2013 aumentaron en 3,80% y para el año 2014 aumentaron en 9,70% en esta categoría del turismo médico. (ANATO)

Figura 2. Ingresos por parte de la categoría de medicina curativa

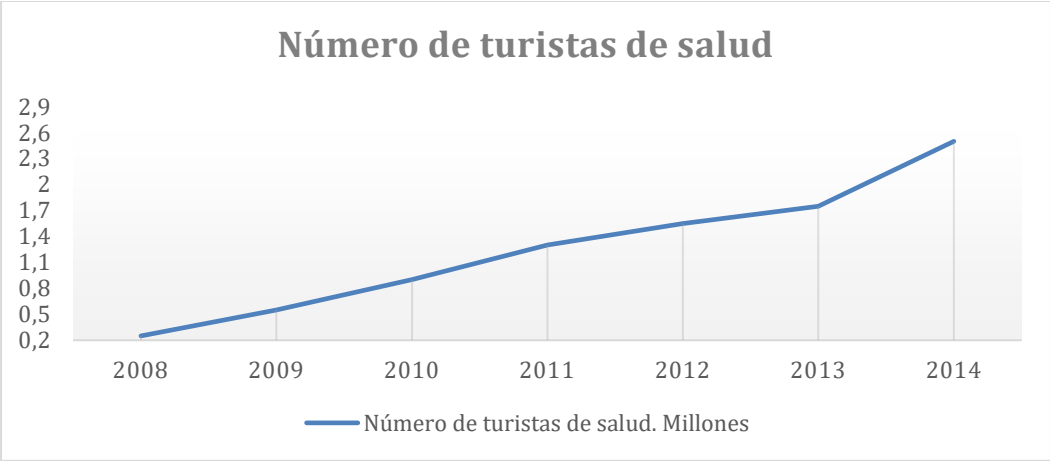


Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2009.

4.2. Proyección del crecimiento en ingresos y turistas de las categorías de medicina estética y medicina preventiva en el mundo

Las estimaciones de los pacientes en estas categorías son más difíciles de cuantificar, ya que los proveedores de estos servicios no registran la información relacionada con sus operaciones. Sin embargo se puede apreciar un aumento significativo los últimos dos años.

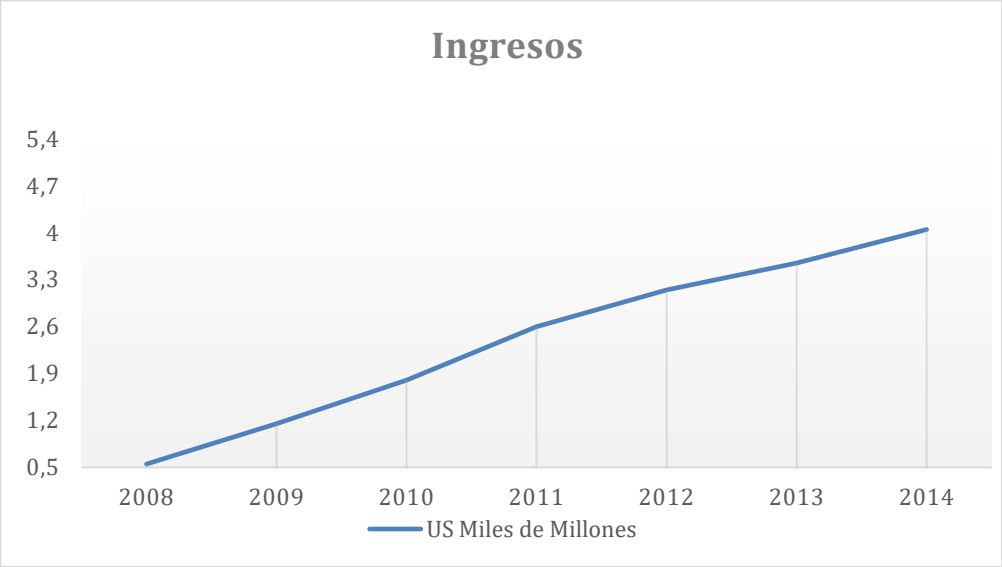
Figura 3. Número de turistas en la categoría de medicina estética y preventiva



Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2009.

En promedio los ingresos de un paciente en estas categorías están al rededor 15% y el 20% más de los ingresos promedio de un paciente de medicina curativa (Ramirez Montañez & Pimiento Martín, 2015).

Figura 4. Ingresos provenientes de la categoría de medicina estética y preventiva

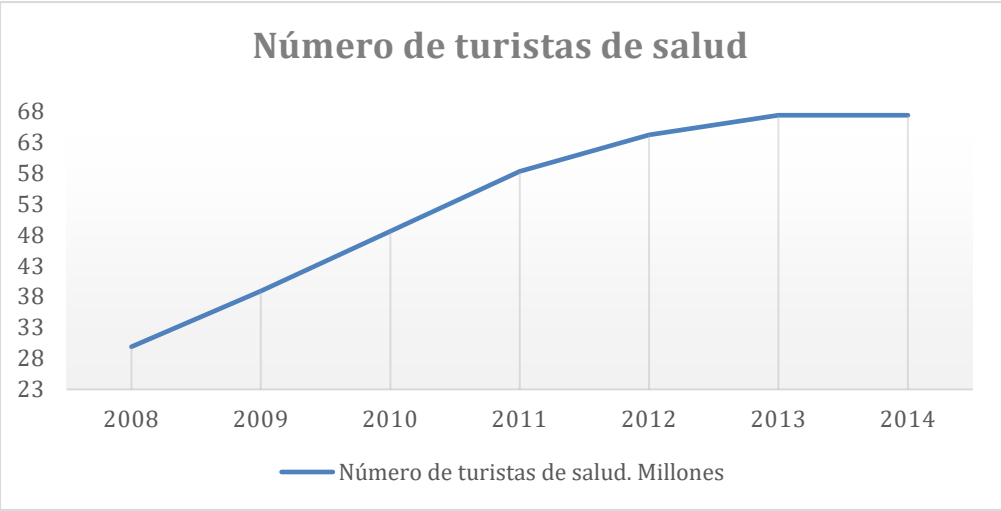


Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2009.

4.3. Proyección del crecimiento en ingresos y turistas de la categoría de bienestar (Inspired Wellness) a nivel mundial

Una cifra importante de actividades en finca raíz y turismo ha sido fomentada por la creciente tendencia de la industria de bienestar (Inspired Wellness), ya que cada vez más son las personas que buscan tratamientos alternativos a la medicina tradicional.

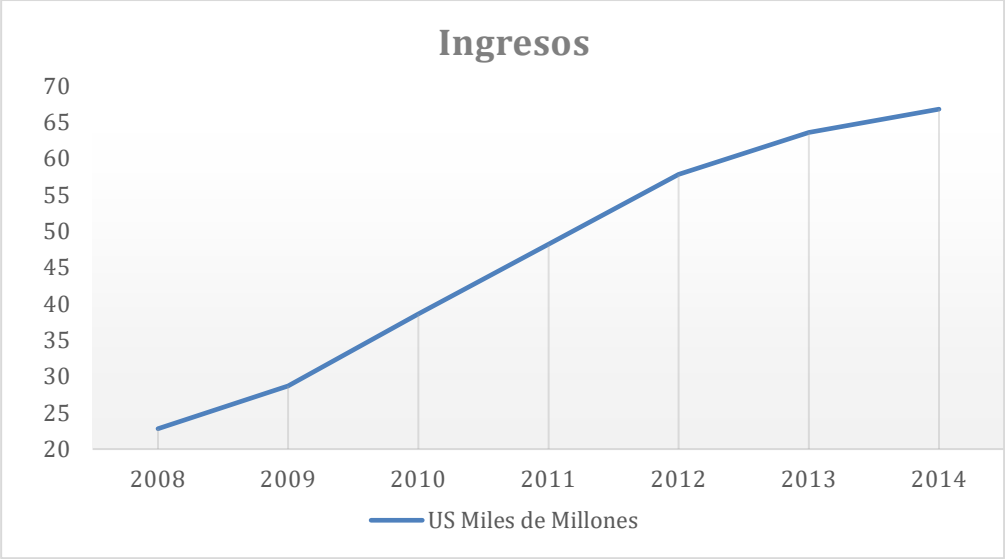
Figura 5. Número de turistas en la categoría de bienestar



Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2009.

Los ingresos en la industria del spa aumentaron considerablemente en los últimos años, ya que en el año 2007 se realizaron inversiones de capital en este sector por más de $13 mil millones de dólares, por lo que se espera que los ingresos sigan ascendiendo en un futuro (Ramirez Montañez & Pimiento Martín, 2015).

Figura 6. Ingresos provenientes de la categoría de medicina en la categoría de bienestar



Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2009.

Al revisar las cifras se puede ver que el creciente auge del turismo medico ha sido principalmente proyectado por el fenómeno de la globalización a nivel mundial. A tal

punto que cada vez son más los países que modifican sus sistemas de salud para obtener una mayor circulación fronteriza de los pacientes (Aragones, 2012). Aragonés destaca en su investigación otro aspecto que presenta gran importancia en el desarrollo de este sector, es la estructura demográfica de los países desarrollados, en donde una parte representativa de la población es mayor a los 60 años, lo que provoca un aumento en la demanda de los servicios médicos, lo que se ve reflejado en una saturación del sistema de salud, así que tanto los costos como tiempos de espera de los tratamientos aumentan, lo hace que estas personas prefieran escoger otro lugar de destino para realizar el procedimiento deseado.

Los países emergentes y especialmente América Latina consideran el turismo medico como una importante fuente de ingresos por lo cual está siendo fuertemente promovido. Así mismo, es indispensable garantizar la protección en todos los sentidos de los turistas de salud, por medio de las leyes y directrices apropiadas como protocolos de certificación (Aragones, 2012). Los precios asequibles y la cercanía geografía a Canadá y Estados Unidos ha permitido que este sector se vea impulsado en América Latina, acompañado de un desarrollo en estándares de calidad y acreditación en los sistemas de salud (Romero, 2013)

5. LIDERES EN TURISMO MEDICO EN EL MUNDO

Actualmente los países que reciben mayor número de pacientes en búsqueda de procedimientos médicos son: la India, Tailandia, Singapur y Malasia, los pacientes internacionales son principalmente originarios de los Estados Unidos, Europa, Oriente Medio y Asia (Res & Cárdenas Rendón, 2013).

5.1 India

En la India se ha prestado gran importancia al sector de turismo medico ya que han visto en él una fuente representativa de crecimiento y desarrollo para su economía, por tal motivo, han desarrollado diferentes estrategias las cuales han permitido posicionarlo como uno de los líderes de turismo médico en la actualidad. Algunos de los aspectos implementados son: fortalecimiento del sistema educativo en ciencias de la salud, lo cual ha llevado a la formación anual de 20.000 y 30.000 médicos y enfermeras. Se tiene que los costos de los procedimientos son competitivos, aproximadamente un 15% a 20% menos que los precios en EE.UU, así mismo cuenta con 11 hospitales acreditados por la JCI (Bustos, 2012), También cuenta con una gran oferta de servicios médicos especializados por lo que posee un promedio de 600.000 médicos, enfermeras, paramédicos y especialistas en diversos ámbitos que adicionalmente dominan el inglés. Para fortalecer el sector se fundió la Turismo Fínanse Corporación of India la cual estimula la colaboración del sector privado para la construcción de hoteles y asesoramiento de proyectos en materia de salud, al mismo tiempo que se generaron incentivos tributarios como la eliminación del impuesto sobre gasto para los hoteles (Res & Cárdenas Rendón, 2013).

Esta país fundamenta la política de salud principalmente en el tratamiento de pacientes extranjeros, por lo cual ha creado figuras específicas de hoteles con el único propósito de atender pacientes de turismo médico (Hoyos & Martinez, 2008).

5.2 *Malasia*

En Malasia se han creado diferentes estregáis para promover el turismo médico en el país, una de ellas ha sido la creación del Comité para la Promoción del Turismo Medico, el cual tiene como propósito formular alianzas estratégicas entre el gobierno y el sector privado relacionado con el sector, como los centros hospitalarios, compañías de seguros médicos, etcétera. Creado a su vez paquetes vacacionales que complementen el tratamiento médico del paciente internacional. Adicional a esto, Malasia incentiva el desarrollo de la industria de la siguiente manera: visa medica extendida de 30 a 180 días (Keckley & Underwood, 2008), extensión de impuestos sobre materiales, dotación e insumos para la construcción de hospitales, deducción de gastos incurridos en el tratamiento de personal y la doble deducción de los servicios de salud para su exportación (Hoyos & Martinez, 2008). Otra ventaja competitiva que presenta este país son los precios de los tratamientos realmente bajos, siendo aproximadamente de 30% a 40% menores que en los Estados Unidos (Bustos, 2012).

5.3 *Singapur*

El gobierno de Singapur constituyo el Singapur Medicine el cual lo conforma la Junta de Desarrollo Económico, la Junta de Turismo y el Ministerio de Salud, con el fin de promocionar la exportación de servicios de salud a la vez que se fomenta la inversión en este sector (Res & Cárdenas Rendón, 2013). Conforme a esto para el año 2012 se fijó la meta de atraer un millón de pacientes internacionales y generar ingresos por US$3.000 (Hoyos & Martinez, 2008). Singapur es el país asiático que presenta los menores costos de los procedimientos, siendo estos un 50% a 60% menores a los costos en EE.UU (Bustos, 2012).

6. LIDERES EN TURISMO MEDICO EN AMÉRICA LATINA

Como se ha podido observar a lo largo de la presente investigación, a medida que los costos de los tratamientos y las largas listas de espera para obtenerlos sea mayor en los países industrializados, los países en vías de desarrollo presentes en América Latina tendrán más oportunidades de encontrar en esta clase de turismo un sector de clase mundial que tenga gran envergadura y participación en las economías latinas. Esto se ve expresado por las ventajas comparativas que presentan estos países como: cercanía geográfica con países como Europa y los Estados Unidos, menores costos de los tratamientos, avances tecnológicos, calidad de la medicina en general, entre otros. A continuación se presentan los principales líderes del turismo de salud en América Latina, entre estos se encuentra Colombia.

6.1 Costa Rica

El gobierno nacional de Costa Rica promueve el turismo medico a través de los ministerios de Competitividad, Comercio Exterior, Turismo y Salud. En consecuencia a esto en el año 2009 creo el Decreto 35054-S-COMEX-COM-TUR en donde se declara el turismo de salud como un sector de interés público por lo que presenta diferentes incentivos y apoyos para las empresas relacionadas con esta actividad. Así mismo, Costa Rica presenta algunos atractivos para que los pacientes internacionales escojan a este como su lugar de destino, por ejemplo: existencia de ocho centros de recuperación médica y hoteles que le apuntan a este mercado, ocupo el puesto número 36 entre 191 países en el ranking de sistemas de

salud de la OMS, el costo de los tratamientos es de un tercio del costo en los Estados Unidos y la creación de un sello de calidad para los centros médicos, empresas turísticas y proveedores de bienes y servicios.
Todos estos incentivos han sido desarrollados como respuesta a una demanda cada vez más creciente, lo que ha posicionado a Costa Rica como uno de los tres principales destinos de turismo médico de América Latina. En promedio el país recibe 10.000 turistas de salud anuales, los cuales provienen en su mayoría de los Estados Unidos y generan ingresos por más de US$4.000 (Res & Cárdenas Rendón, 2013). Los procedimientos realizados en este país en promedio son un 30% a 40% menores a los costos en los Estados Unidos, así mismo cuentan con dos hospitales acreditados por la JCI (Bustos, 2012).

6.2 México

Numerosos estados de México practican actualmente el turismo de salud, pero hay uno que sobresale por su creciente interés y promoción del sector, y este es Monterrey. El 1° de septiembre de 2006 se establece legalmente Monterrey Ciudad de la Salud con el fin de promocionar la región como un destino importante de turismo médico, con el apoyo económico de la Secretaria de Desarrollo Económico y aportes de 10 hospitales asociados se espera que el sector de la salud e instituciones de salud públicas y privadas se integren con el fin de generar servicios médicos especializados. Monterrey Ciudad de la Salud está compuesta por un grupo de instituciones prestadoras de servicios de salud comprometidas con el desarrollo de especialidades médicas y la alta calidad de sus tratamientos, lo que permita promover el sector tanto nacional como internacionalmente. También hace parte del plan de desarrollo de Monterrey el clúster de servicios médicos, el cual está conformado por empresas, universidades, el sector público y el sector privado (Res & Cárdenas Rendón, 2013). Los precios de los procedimientos en México son en promedio un 25% y 35% menores a los costos en los Estados Unidos, adicional a esto, cuenta con 7 hospitales acreditados por la JCI (Bustos, 2012), lo cual hace de este un destino atractivo para los turistas extranjeros.

6.3 Brasil

Brasil presenta varias ventajas competitivas frente a sus principales competidores, como lo son: hospitales de alta calidad, tecnología avanzada, cercanía geográfica a EE.UU y facilidad de acceso, institutos de investigación científica, excelente talento humano, gran infraestructura de salud, gran variedad de opciones turísticas, 12 hospitales acreditados por la JCI, pero tal vez mayor ventaja competitiva que presenta este país son los bajos precios de los tratamientos médicos, los cuales llegan a ser entre el 50% y el 60% menores a los costos en EE.UU (Bustos, 2012) .Pero aun así en el año 2005 solo 48.000 personas ingresaron al país para realizarse algún procedimiento médico, para realizarse principalmente procedimientos estéticos y odontológicos. No obstante a esta cifra, el potencial de crecimiento que tiene el país es abismal. La cirugía plástica brasileña es considerada como una de las mejores del mundo y en promedio es 60% más barata que en países como los Estados Unidos, en relación a la odontología, Sao Pablo cuenta con clínicas especializadas en tratamientos dentales avanzados, así mismo cuenta con gran cantidad de especialistas en tratamientos de alta complejidad, como cirugía bar iátrica, cardiología, (Bustos, 2012) entre otros. En este sentido, Brasil es considerado uno de los líderes en turismo de salud en Latinoamérica, ya que cuenta con empresas especializadas de carácter internacional para satisfacer las necesidades de los pacientes extranjeros, brindándoles el apoyo necesario en todas las etapas de su viaje (Res & Cárdenas Rendón, 2013).

Según como se pudo observar en la revisión bibliográfica anteriormente presentando, los líderes del turismo de salud son países en vías de desarrollo, en ciertos casos con sistemas de salud y condiciones climáticas similares a las de Colombia, por lo cual se puede indagar como países con grandes similitudes al nuestro han logrado posicionarse y desarrollar fuertemente el turismo médico, y porque Colombia no ha podido alcanzar este hecho.

7. TURISMO DE SALUD EN COLOMBIA

Anteriormente los residentes de países en vías de desarrollo o economías emergentes se desplazaban hacia países industrializados en busca de tratamientos especializados en temas de salud. En el presente, gracias al auge que ha tenido en las últimas décadas el turismo médico, el aporte al crecimiento y desarrollo económico que este sector promueve, gran parte de países del primer grupo están abriendo sus puertas y modificando los sistemas de salud para atraer turistas de este tipo, que pueden encontrar en ellos una alternativa de excelente calidad con precios más exequibles que en el país de origen de los pacientes (Aragones, 2012).

Colombia no ha estado ajeno a este crecimiento del turismo de salud, por lo que con la intención de potencializar el sector, el gobierno nacional ofrece varias razones por las que los pacientes del exterior deben escoger a Colombia como su destino de turismo médico. Según el informe Invierta en Colombia presentado por Proexport (Proexport , 2009).
Las principales razones que tiene el país para ser escogido como el lugar de destino de un turista de salud son las siguientes:

"Colombia tiene una historia de innovación y logros que le dan al país y a sus médicos el reconocimiento Internacional con el que cuentan en la actualidad. Colombia tiene el 5% del mercado mundial de turismo de medicina curativa. Con nuestro plan de trabajo esperamos llegar a entre el 20% y 30% para el 2032¨ (Proexport , 2009).

Colombia dedica 7,3% de su PIB en salud y el 13,9 % de su gasto público. Colombia está a solo 3 horas de vuelo de Miami y a menos de 6 horas de Nueva York, Washington, Houston, Sao Paulo, México y Buenos Aires. Los procedimientos médicos en Colombia cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en los Estados Unidos...

Martínez et. Al (2014) indican que en Colombia existen actualmente 14 clínicas en el ranking de las 45 mejores Instituciones de Salud de América Latina. En donde 3 de estas instituciones hacen parte de las 10 mejores a nivel mundial (Martinez, Minetta, & Gómez, 2014). Actualmente el 2.2% de turistas que entrar al país lo hacen por motivos de salud o bienestar (ANDI, 2010).

Posicionando el sector del turismo médico, Colombia alcanzará una mayor competitividad a nivel internacional, reforzando la calidad del sistema médico, tanto como para los pacientes extranjeros como para los nacionales. Así mismo genera fondos de inversión que representan opciones de crecimiento, desarrollo y sustentabilidad del territorio nacional. Pero a pesar de todos los esfuerzos presentados por el gobierno Colombiano y las ventajas que presenta el país a nivel geográfico, climático y profesional, aún hay muchos aspectos que superar para estar al nivel de los países que son líderes en este rubro (Merchan, 2013). Los elementos que el país debe superar para alcanzar un sector de clase

mundial se nombraran más adelante.

Proexport (citado por Romero, 2013) indica que gracias a la infraestructura natural y cultural del país, la calidad de los profesionales en medicina y el gran número de instituciones de salud, Colombia se proyecta como uno de los destinos de turismo de salud más importantes de Latinoamérica. Conforme lo expresa la Asociación Colombiana de Turismo de Salud (ACTUS) en el año 2011, 4000 turistas de salud ingresaron al país, proporcionando ingresos por más de 6 millones de dólares. El número de pacientes y acompañantes que se trasladan por motivos de salud ha crecido entre un 20 y 30% anual, aumentando los ingresos del sector entre un 37 y 40% anual (Romero, 2013).

7.1 Zonas Francas del sector salud a nivel país: una posibilidad de expansión y fortalecimiento del turismo médico.

Una Zona Franca es un área geográfica específica dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y servicios o actividades comerciales bajo una normatividad especial en materia tributaria y aduanera. Las mercancías o personas ingresadas en una zona franca se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efectos de impuestos a las importaciones y exportaciones (Caicedo, 2015)
Existen tres clases de ellas, las zonas francas permanentes, las zonas francas especiales y las transitorias. La primera es una zona determinada en donde varias empresas desarrollan sus actividades industriales, comerciales o de servicios; de este tipo existen actualmente en Colombia 31 con más de 500 usuarios alrededor de todo el país. La zona franca especial es aquella en donde una sola empresa sin importar su ubicación geográfica tiene la facultad de acoger su actividad con los beneficios de esta, son proyectos que generan gran impacto social y económico; en Colombia actualmente existen 71 zonas francas especiales. Por último se encuentra la zona franca transitoria en la cual se llevan a cabo ferias, exposiciones y congresos de carácter internacional de relevancia para la economía y comercio internacional del país (ANDI, 2013).

Colombia cuenta con siete zonas francas en salud aprobadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN) las cuales se han convertido en un importante foco de inversión, por su capacidad de competir con costos y facilidad de acceso. Estos complejos industriales de salud significan un gran aporte al desarrollo de Colombia, en especial por la generación de empleo directo e indirecto, por lo que el gobierno fomenta la creación de estas ya que son capaces de competir a nivel mundial con precios y calidad. Aunque se han aprobado doce de estos proyectos, actualmente se encuentran en funcionamiento siete de ellas (ZFS) localizadas en Risaralda, Atlántico, Nariño, Santander, Bolívar, Antioquia y Cundinamarca (LEGISCOMEX.COM, 2014).

Las zonas francas de salud se han creado como respuesta a una creciente necesidad de atención para pacientes del interior y exterior que cada vez más buscan realizarse procedimientos quirúrgicos con los mejores estándares calidad. Actualmente Colombia es reconocida a nivel mundial como un país exportador de salud y bienestar.

El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Santiago Rojas Arroyo manifestó al periódico nacional El Tiempo que en el año 2013 llegaron al país unos 50.000 pacientes extranjeros, aumentando así un 61% el número de visitas frente al 2012, y como generalmente vienen acompañados mínimo por una persona, dejan alrededor de 5 dólares adicionales por cada dólar que invierten en sus tratamientos médicos, añadiendo que la

cifra en términos de divisas alcanza los 220 millones de dólares al año (El Tiempo, 2014).

Las zonas francas representan para el sector del turismo medico un mecanismo de expansión y simplicidad en todos los procesos de este, tanto para el paciente como para los proveedores, permitiendo así prestar un servicio más eficiente y agradable para el turista de salud, lo que se verá reflejado en un aumento progresivo en el número de visitantes de este tipo en el país. Así mismo todos los beneficios que esta área geográfica presenta serán incentivos para que más empresas relacionadas con el sector se involucren en esta clase de turismo.

7.2 Ventajas del turismo médico en Colombia

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT) (citado por Castro, 2011) Colombia recibió en el 2009 ingresos por 126.000 millones de dólares por cuenta del turismo de salud. Al país ingresan anualmente cerca de 50.000 personas que buscan algún tratamiento médico o de bienestar. Este gran número de turistas se debe principalmente por el excelente servicio profesional, altos estándares de calidad y grandes estructuras hospitalarias a lo largo del país (Merchan, 2013).

El turismo medico cumple un papel fundamental en el desarrollo y crecimiento de la economía colombiana, no obstante, sin importar que la calidad de la medicina nacional ha mejorado significativamente, varias de las instituciones prestadores de servicios médicos no se encuentran acreditadas, sin embargo siguen con este proceso apoyadas por el gobierno y más entidades competentes para lograr las tan anheladas acreditaciones internacionales. Así mismo, el país cuenta con unas ventajas claras para los turistas que escojan a Colombia como su lugar de destino para la realización de procedimiento que requieran. Ahora bien, las principales ventajas de Colombia frente a otros países son las siguientes:

Accesibilidad: en los países desarrollados se presenta una alta demanda de los servicios médicos, tanto como por pacientes nacionales como por extranjeros, lo que hace que el sistema de salud se congestione y tenga problemas de cobertura, lo que se traduce en tiempos de espera más largos. El sistema de salud colombiano ocupa el puesto número 22 de 192 Estados miembros de la OMS, superando a otros sistemas latinoamericanos como Chile, Costa Rica y Cuba (kienyke, 2013). Por lo tanto el país puede ofrecer a pacientes extranjeros la oportunidad de acceder a estos servicios de manera rápida.

Calidad: a pesar de que actualmente Colombia solo cuenta con tres instituciones prestadoras de servicios de salud acreditadas por la Joint Commision Internacional (JCI, 2015), el país cuenta con una gran cantidad de profesionales de salud. Adicional a esto Colombia no solo ha mejorado la prestación del servicio médico en general, también está en la capacidad de ofrecer comodidades a los turistas, tales como excelente alojamiento, variedad gastronómica, recreación y seguridad (Merchan, 2013). Lo cual indica que el turismo médico no solo se relaciona con el sistema de salud, si no que se compone de varios sectores que se ven promovidos por este, como el de la hotelería, gastronomía y el comercio. Lo cual demuestra la importancia de continuar mejorando la impresión que el resto del mundo tiene sobre nosotros.

Costos: los costos médicos en países con mayor desarrollo son muy altos, por lo tanto el bajo costo de los procedimientos de salud es la principal razón por la que pacientes internacionales ingresan a Colombia. El ahorro por tratamiento está estimado entre el 30

y 80% (Castro, 2011).

Tabla 3. Ejemplos de costos de procedimientos médicos, frente a los principales competidores del turismo de salud a nivel mundial, año 2009.

Procedimiento (USD)	Colombia	Estados Unidos	India	México	Tailandia	Costa Rica
Trasplante de Riñón	$25.000	$120.000		$45.000		
Aumento de Senos	$2.600	$8.500	$2.600	$5.000	$5.700	$2.700
Cirugía de Parpados	$1.700	$7.500	$1.850	$4.000	$1.400	$2.500
Rinoplastia	$1.900	$6.500	$2.100	$2.800	$2.000	$2.500
Abdominoplastia	$3.000	$8.500	$3.400	$4.500	$4.000	$4.000

Fuente: elaboración propia. Datos provenientes de Proexport 2009

Una de las principales ventajas que presenta Colombia en el sector del turismo de salud es que cuenta con unos de los costos más competitivos a nivel mundial en cuanto a servicios de salud. Los procedimientos médicos pueden llegar a costar entre el 10% y el 35% de su precio en Estados Unidos. A su vez se presta un tratamiento de calidad, con tecnología de punta y personal médico calificado.

7.3 Desventajas del turismo médico en Colombia

Demandas: generalmente los turistas de salud cuentan con seguros médicos que cubre los riesgos tanto como en los procedimientos a realizar como ante cualquier evento adverso en el país de destino. Ahora bien, aunque para muchas instituciones, tener un seguro todo riesgo es un requisito para realizar el tratamiento solicitado, en algunas ocasiones los pacientes no cuentan con estos seguros y pueden presentarse situaciones en las que por un mal diagnostico o incompetencia del personal médico, el turista de salud no quede conforme con el procedimiento, por lo que incurriría en demandas a las que se tendrían que enfrentar el equipo médico y las instituciones correspondientes.

Calidad de las instituciones: en la actualidad Colombia cuenta solo con tres instituciones acreditadas por el JCI, a comparación de India que tiene 11 y Brasil 12. Cada vez más son los pacientes que se guían por este tipo de acreditaciones internacionales para escoger el país de destino, ya que garantizan seguridad y calidad de los servicios médicos (Bustos, 2012).

Seguimiento postoperatorio: en algunos procedimientos es indispensable el seguimiento postoperatorio, pero cuando estos tratamientos son recibidos en otro país diferente al de residencia es complicado llevar este control, por lo que puede verse afectada la salud del paciente en algunas ocasiones.

Bajos niveles de bilingüismo: gran parte de los turistas de salud que ingresan al país provienen de Estados Unidos y Canadá, por lo tanto es de vital importancia que el personal

médico esté capacitado para recibirlos. El Ministerio de Comercio Industria y turismo estimo que Colombia cuenta con un nivel de bilingüismo del 55% en médicos y del 8% en enfermeras, a diferencia del 80% y el 50% respectivamente en Tailandia y el 100% en ambas profesiones en India (MCIT, 2009).

Imagen negativa de Colombia en el exterior: la imagen que tiene el país en el resto del mundo predomina el miedo e inseguridad, lo cual impide que muchos extranjeros escojan a Colombia para realizarse los procedimientos médicos, lo que a su vez disminuye el progreso del sector (Castro, 2011).

7.4 Inversión en el sector del turismo de salud

En el estudio denominado Perspectivas y Oportunidades del Turismo de Salud del Área Metropolitana de Bucaramanga en el Marco de los Países de la Alianza del Pacifico, realizado por Ramírez *et. al* (2015, pp 25,26), se encontró que:

"Los países que más invierten en el sector del turismo de salud en Colombia son Estados Unidos con un 42%, España con 18%, Chile con un 12%, Brasil con 13%, la inversión por parte de nacionales en el sector ronda el 13%, mientras que el restante 2% pertenece a otros orígenes… De acuerdo al informe Heath and Wellness Tourism in Colombia en el año 2013 el turismo de salud y bienestar de Colombia creció en un 10% con respecto al año anterior con un monto de $458 mil millones de pesos colombianos".

Las inversiones en el sector para el año 2013 han estado enfocadas principalmente en infraestructura clínica, hospitalaria y en la rama de la medicina estética, generando un aumento del 120% en inversión respecto al año 2012 (Ramírez & Pimiento Martín, 2015).

En Colombia el gasto público total en salud ha presentado una tendencia al alza siendo 22% en 1993 a 40% en el año 2003. El país tiene una de las participaciones más altas de América Latina del gasto público respecto al gasto total en salud, la suma de los recursos del estado y los del aseguramiento representan el 78,3% del gasto total. El gasto en salud como proporción del PIB se incrementó de 6,2% en 1993 a 7,7% en los últimos años, superando el promedio de América Latina que es 7,0% (Res & Cárdenas Rendón, 2013)

7.5 Incentivos en Colombia para la exportación de servicios de salud

Colombia no ha sido ajena a la tendencia internacional en salud que genera grandes beneficios para las economías y el favorecimiento al acceso de mercados internacionales, por lo cual ha venido generando conciencia sobre la importancia de potencializar el sector de turismo médico, motivo por el cual se desarrolló el Plan Estratégico de Competitividad para la Salud (PECS). Este programa se implementó para cumplir dos propósitos principales: 1) Promover la competitividad 2) Reposicionar a Colombia en la exportación de servicios de salud. Dentro de este esquema de trabajo el plan también apunta a mejorar: la calidad, competitividad y la promoción de los centros prestadores de servicios médicos; mejorar las practicas medicas existentes, equipos, infraestructura y tecnología; generación de nuevos empleos; aumento de las exportaciones de servicios de salud (Hoyos & Martinez, 2008).

Para contribuir al desarrollo de este plan, el gobierno expidió dos normas reglamentarias

en el año 2008: una de ellas llamada el Plan Vallejo de Servicios, la cual pretende ampliar los beneficios de quienes venden servicios en el exterior y generar una reducción de aranceles a los bienes de capital que sean importados. La segunda norma se establece como el régimen de zona franca, en donde se incluyen las zonas francas especiales que pueden prestar servicios de salud a pacientes nacionales e internacionales. El incentivo que esta representa se ve reflejado en la disminución del impuesto de la renta de 33% a 15% y el ingreso de equipos al país sin pago de arancel ni IVA.
El gobierno Colombiano espera que con estos incentivos las empresas del sector del turismo medico se conviertan en empresas de clase mundial (Res & Cárdenas Rendón, 2013).

7.6 Oferta de servicios de salud en Colombia

Según el Ministerio de la Protección Social citado por (Res & Cárdenas Rendón, 2013), la oferta de servicios de salud en Colombia se enfrenta así: la oferta de camas hospitalarias es una razón de cama 1,1 por mil habitantes, egresos hospitalarios de 78,7 por mil habitantes, relación de camas hospitalarias de 20,3 por sala de cirugía y una relación de 30,2 camas hospitalarias por ambulancia.
Tal como lo presenta (Res & Cárdenas Rendón, 2013):

"En cuanto a la comparación de la oferta pública sobre la privada se tiene una proporción para el total de los servicios de 25,26 % de oferta pública, discriminada para los servicios más importantes así: 71 % de las urgencias, 63 % de la hospitalización, 38 % en laboratorio clínico, 27 % en unidades de cuidado intensivo e intermedio y 21 % en servicios quirúrgicos.
La oferta global de la prestación de servicios de salud para 2008 muestra lo siguiente: 13.302 instituciones prestadoras de servicios de salud, de las cuales 9.874 corresponden al sector privado (74,2 %), 3.404 a IPS públicas (25,6 %) y 24 a IPS mixtas (0,2 %). La capacidad instalada por servicios corresponde a 47.619 camas hospitalarias, 6.894 unidades de cuidado intensivo e intermedia, 2.346 salas de quirófano y 1.578 ambulancias. Con respecto a los profesionales independientes, se tiene un registro para el año 2008 de 30.918".

7.7 Impacto del turismo de salud en la economía Colombiana

Colombia propone un escenario excepcional para la inversión en el sector del turismo médico, adicionando la posibilidad de establecer una zona franca para los servicios de salud, con excelentes incentivos tributarios y operacionales (Castro, 2011)

Según Bustos (2012) en el 2011 Singapur obtuvo una suma record en cuanto a turismo de salud, en donde recibió 1.200.000 pacientes provenientes del exterior. Para el mismo año según información suministrada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 4.754 turistas extranjeros demandaron servicios de salud en Colombia. Así mismo, el Programa de Transformación Productiva citado por la Universidad Sergio Arboleda (2014) informo que para el mismo periodo había registrado 19.391 pacientes internacionales que fueron atendidos en el país. La cifra no es exacta ya que en este sector aún existe mucha informalidad en cuanto a datos se refiere.
Según la (Universidad Sergio Arboleda, 2014) el PTP estima que el Sector exportó USD $134 millones en 2012, prestando servicios de salud a 31.504 pacientes, mientras que en

el primer semestre de 2013, se exportaron USD$115.9 millones con un aproximado de 26.845 pacientes.
Ingresos como estos indican un potencial de negocios en esta área, de allí la importancia de rediseñar el sistema de salud Colombiano en donde se resalten leyes y proyectos para la protección y promoción de pacientes internacionales (Bustos, 2012).

7.8 ¿Por qué Colombia no es líder en Turismo Medico?

Así como hay un creciente interés a nivel mundial de impulsar el sector del turismo de salud, nuestro país no ha sido ajeno a este hecho, por lo que ha venido creado estrategias de promoción para mejorar la imagen del país internacionalmente, como generando incentivos de inversión y la buena formación académica de los profesionales médicos (Merchan, 2013). No obstante, a pesar de los esfuerzos por hacer resaltara el sector, y la ventaja competitiva que Colombia tiene en cuanto a costos y fácil acceso a Estados Unidos con respecto a países como Tailandia e India (Romero, 2013), nuestro país no ha podido ser considerado como un competidor fuerte en este ámbito ya que solo el 2.2% de turistas que ingresan a Colombia lo hacen para recibir tratamientos médicos (Romero, 2013).
Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo citado por Romero (2013):

"El sector en Colombia tiene una baja competitividad comparativa, solo un índice de competitividad de 6.0 (en una escala de 1 a 10, donde 10 es el menor atractivo) vs. 4.0 del sector en EE.UU y 3.8 del sector en india".

Ahora bien, Merchán (2012) menciona que de la lista de 30 países que prestan servicios de turismo médico, solo 4 pertenecen a Latinoamérica: México, Argentina, Brasil y Costa Rica. La brecha que tiene Colombia respecto a estos países radica en la carencia de políticas que fortalezcan el sector, tanto nacionalmente como en el exterior; falta de infraestructura; carencia de personal médico bilingüe; mala reputación del país y la falta de instituciones acreditadas internacionalmente (Castro, 2011). En efecto, es indispensable generar estrategias más adecuadas y eficientes para mejorar el sistema de salud colombiano, para que así pueda entrar a competir con los países que son reconocidos internacionalmente por la calidad de los servicios médicos (Merchan, 2013).

8 Turismo Medico en Santander

El departamento de Santander es una de las regiones más atractivas de toda Colombia, ya que gracias a la diversidad tanto cultural como topográfica, se ha proyectado como un fuerte destino turístico para practicar deportes de aventura respaldado en una gran variedad de atractivos naturales.

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo:

"La ubicación geoestratégica del departamento en el contexto nacional, las facilidades ofrecidas para la intercomunicación en diferentes modos de transporte y el proceso en marcha de integración fronteriza con Venezuela, son fortalezas que se aprovecharán para construir ventajas competitivas regionales, orientadas a mejorar la conectividad y movilidad del departamento".

Pilar Trujillo gerente de la línea BPO (1) del Programa de Trasformación Productiva le afirmo a la (ANDI, 2014) que el Departamento de Santander ha tenido un gran crecimiento los últimos tres años, gracias a la Zona Franca de Santander que está potencializando el sector del Turismo Medico, por medio de atracción de empresas que generan empleo formal e inversión, lo que se ve reflejado en un buen futuro para la tercerización de servicios en el Departamento. El crecimiento de la economía Santandereana para el periodo 2001-2012 fue en promedio del 5,0% superior al promedio nacional de 4,3% para el mismo periodo, y predomina como la tercera economía más dinámica del país (Delgado Jaimes & Rodríguez).

El nivel de los servicios médicos que se ofrecen, tanto como la calidad de las instituciones de salud en Santander, han permitido que el departamento sea considerado entre un destino de turismo médico para los pacientes extranjeros que quieran practicarse algún tratamiento o cirugía a un precio competitivo y con los mejores estándares de calidad. Por lo cual el departamento ha implementado algunos proyectos para impulsar la internacionalización del sector. Como lo son el tratamiento para niños con enfermedades congénitas de corazón, el Centro Nacional de Telemedicina ofrecido por la Fundación Cardiovascular de Colombia y la zona franca permanente especializada FOSUNAB.

La Fundación Cardiovascular de Colombia la cual es una de las clínicas nacionales con la acreditación internacional Joint Comisión, atiende pacientes extranjeros principalmente provenientes de Ecuador, Aruba y Panamá; pero también recibe de Estados Unidos e Inglaterra (PROCOLOMBIA, s.f.). Según Precolombina, el departamento de Santander se proyecta fuertemente dentro del panorama nacional en el sector del turismo de salud, el cual es liderado por Bogotá y Medellín.

En el año 2010, llegaron a Santander un total de 27.463 pacientes internacionales. Según información suministrada por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, basado en cifras del DAS, los venezolanos son las personas que más visitan nuestro departamento.

8.1 Inversión en salud en Santander

Según la (Revista del Observatorio de salud pública de Santander , 2014), la secretaria de salud del departamento registro un gasto total en salud por $117.519.261.000 millones de pesos. Los sectores con más inversión fueron la prestación y desarrollo de servicios de salud con una inversión total de $83.240.900.000 (71,3% del total). Para el año 2012 las zonas francas de Santander superaron las metas de inversión, con un total de 306 mil millones de pesos. No obstante, esta cifra no representa el total de las inversiones realizadas en las zonas francas, ya que en estos datos no se incluyen las inversiones en infraestructura, activos fijos productivos y activos corrientes que realizan las empresas usuarias, lo cual implica que la inversión total será mayor a la registrada (ANDI, 2012).

La creación de las dos zonas francas especializadas en salud como lo son la FOSUNAB y el Hospital Internacional de Colombia permiten consolidar aún más el sector del turismo médico en el departamento y en el país, por medio de una excelente infraestructura y personal altamente calificado; así mismo, fortalecerá la exportación de servicios médicos.

En el año 2013 se realizaron inversiones en salud pública en Santander por más de 21.000 millones de pesos, superiores a los 41% logradas en el año inmediatamente anterior. En la prestación de servicios de salud fue ejecutado el 81% de los 94.000 millones de pesos presupuestados para el mismo año, mientras que en otros programas de inversión fueron

de 72% (Secretario de Salud de Santander, 2014). Así mismo es fundamental para la región mejorar la infraestructura de las instituciones prestadoras de servicios de salud, por lo que el gobierno departamental ha destinado $16.324 millones de pesos para apoyar el sector salud (Delgado Jaimes & Rodríguez).

La Gobernación de Santander invierte actualmente una cifra de 154.250 millones de pesos en proyectos de infraestructura y programas de salud pública. Según expreso el gobernador de Santander Rachar Aguilar al DNP, 6 mil millones de pesos son invertidos actualmente por la Administración Departamental en obras de infraestructura para los servicios de salud y principalmente en la red pública hospitalaria (DNP, 2007).

Algunos datos adicionales provistos por la Secretaria de Salud de Santander son los siguientes: fueron destinados por el Ministerio de Salud para el Plan de Salvamento y Saneamiento Fiscal de los hospitales del departamento 12 mil millones de pesos. 3.500 millones de pesos de regalías, son invertidos por la Administración Departamental en la adecuación provisional del servicio de urgencias del Hospital Universitario de Santander (HUS). 2.900 millones de pesos son invertidos por la Administración Departamental en la construcción del Homocentro del Hospital Universitario de Santander (HUS) (Secretaria de Salud de Santander , 2013).

Santander es una de las economías colombianas que está creciendo más aceleradamente. Su participación en el PIB nacional para el año 2014 fue de 6.9% (Camara de Comercio de Bucaramanga). El departamento de Santander se ubica en el cuarto lugar entre los departamentos colombianos por el tamaño de su economía, adicional a esto, cuenta con uno de los ingresos per cápita más altos de Colombia. En esta región sobresalen fortalezas como la buna formación de capital humano, ciencia y tecnología, Santander ocupa el puesto número cuatro en la cobertura nacional de educación superior y número de docentes con doctorados, así mismo es el numero sexto en con mayores grupos de investigación por cada mil habitantes. Los resultados en las pruebas Saber son superiores al promedio nacional y sobresalen en el área de matemáticas (DNP, 2007).

8.2 Avances de Santander en turismo medico

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en el Plan de Desarrollo Turístico de Santander, el departamento ha presentado los siguientes avances en temas específicos:

Alianzas estratégicas
Por medio de la creación de la alianza entre la UNAB y la FOSCAL. Este proyecto pretende traer expertos de otras ciudades en el tema de buenas prácticas de turismo en el turismo de salud. Adicional a esto, el SENA y la UNAB han trabajado conjuntamente en un proyecto para fortalecer e incentivar el turismo de bienestar (wellnes).

Capacitaciones
El SENA viene capacitando el personal de la FOSCAL y la Fundación Cardiovascular, en temas como manejo de idiomas y desarrollo de competencias laborales. Por otra parte, el ICETEX ha generado convenios y becas para carreras relacionadas con el sector. Con universidades públicas y privadas se ha gestionado la creación de programas universitarios enfocados en la exportación de servicios de salud. Por medio de la Cámara de Comercio se capacita en la formación de capital humano en el sector y desarrollo de programas de bilingüismo.

Acreditaciones
La Join Commission Internacional acredito la Fundación cardiovascular de Colombia, la cual presenta una garantía en la prestación de servicios médicos de calidad y seguridad para el paciente. Por medio del ICONTEC se evidencia un incremento del número de instituciones acreditadas bajo estándares de calidad nacionales. Con el Ministerio de Protección Social se desarrolla un sistema de información centrado en el paciente. Por medio de Proexport, CYGA, ANDI y la Cámara de Comercio, se ejecutan programas de apoyo para acreditación internacional.

Imagen de la región
Proexport viene aportando a la región con ferias y eventos especializados en el tema, "FAM trips de compradores de servicios de salud, estrategias de promoción y mercadeo internacional 2010-2012" (MCIT, 2012). Con Colciencias se ejecuta un modelo para desarrollo y certificación de centros de excelencia.

Infraestructura
El departamento de Santander cuenta con una zona franca especializada en servicios médicos, declarada por la DIAN, y otra zona franca en construcción, aprobada por la Comisión Intersectorial de Zonas Francas. Santander cuenta con 4 instituciones de salud de IV nivel, como son la Fundación Cardiovascular de Colombia, la FOSCAL, el Hospital Universitario de Santander y el Hospital Psiquiátrico San Camilo (MCIT, 2012).

Clúster de salud
Bucaramanga por ser la capital del departamento, es la que centraliza las operaciones aéreas, así mismo comprende una gran cantidad de oferta de empresarios turísticos y de salud. Sin embargo, se ve complementada con regiones como San Juan de Girón, Piedecuesta, Floridablanca y la Mesa de los Santos. En donde juntos conforman un polo emisor del sector del turismo de salud para el resto del país.

Zonas francas en salud
Santander cuenta actualmente con dos zonas francas de salud en construcción, las cuales se encuentran ubicados en Floridablanca y Piedecuesta, municipios adscritos al área metropolitana de Bucaramanga. La Clínica Fiscal Internacional que se construye en más de 170.000 metros, contara con 400 camas, 24 salas de cirugía, 102 salas de cuidado intensivo, generara 3.500 empleos y costara alrededor de 600.000 millones de pesos.
El segundo complejo médico denominado Hospital Internacional de Colombia, tiene como propósito internacionalizar los servicios de alta complejidad de la Fundación cardiovascular de Colombia. Con una inversión cercana a los 400.000 millones de pesos, construida en un área de 126 hectáreas, el hospital contara con 900 consultorios médicos, universidad propia, entre otros servicios (El Tiempo, 2014).

8.3 Ventajas del Turismo de Salud en Santander

Ventajas comparativas

Entre las ventajas comparativas del departamento de Santander se pueden destacar las siguientes: 1) excelente ubicación geográfica ya que la región se encuentra ubicada en un eje central del país. 2) Clima: 23° C, poco variable a lo largo del año. 3) Buenas aptitudes

en la prestación de servicios y capacidad de trabajo. 4) Potencialidad en las modalidades turísticas. 5) Gran cobertura y calidad en los servicios públicos básicos. 6) Bajo nivel de contaminación ambiental (DNP, 2007).

Ventajas competitivas

Algunas de las ventajas competitivas que presenta el sector de turismo medico son las siguientes: 1) Reconocimiento nacional e internacional de las instituciones prestadoras de servicios de salud. 2) Reconocimiento del sector educativo técnico y profesional. 3) Centros de investigación de tradición con reconocimientos por sus desarrollos y aportes a la salud. 4) Desarrollo de insumos de salud. 5) Capacidad de dotación y tecnología suficiente (DNP, 2007).

9 . ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EL SECTOR DEL TURISMO DE SALUD EN COLOMBIA Y SANTANDER

Colombia es un país que ofrece gran variedad de opciones para realizar turismo médico, ya que cuenta con ventajas comparativas como bajos precios de los tratamientos comparados con sus principales competidores, fácil acceso, excelente biodiversidad y climas amigables, entre otros. Sin embargo, a pesar de las iniciativas que han tenido los últimos años el sector público y el privado, el país no ha logrado reducir muchas de las brechas que tiene frente a los países que abarcan este mercado.

Por lo tanto, gracias al estudio anteriormente realizado, se ha podido observar las fallas por las cuales Colombia y especialmente el departamento de Santander aun no son líderes en turismo médico, por lo cual a continuación se presentan algunas recomendaciones y estrategias para internacionalizar este sector y potenciarlo de tal forma como para que sea un sector de talla mundial. Las estrategias y recomendaciones planteadas a continuación estuvieron basadas en el planteamiento de la teoría de la internacionalización y en las diferentes experiencias de los países líderes en este rubro.

Acreditación Institucional

Es de gran trascendencia que las instituciones nacionales se encuentren acreditadas, tanto nacional como internacionalmente, ya que estas son una herramienta clave para garantizar la calidad de los servicios ofertados. En la actualidad, más personas antes de tomar la decisión de realizar turismo medico buscan asesoría e información de la institución, y que la clínica presente una acreditación institucional es un aval de que el procedimiento se realizara con los mejores estándares de calidad.

Imagen de Colombia

El principal reto que presenta Colombia es la imagen negativa que tiene en el resto del mundo. Es por esto que para avanzar en turismo medico es conveniente crear iniciativas para cautivar y atraer pacientes internacionales, por medio de campañas como las que se han venido realizando, tales como *Colombia, el riesgo es que te quieras quedar* y *Colombia es pasión.* No obstante, la percepción de Colombia en el exterior aún sigue marcada por el conflicto armado. Es preciso, por lo tanto, continuar generando este tipo de marcas país en donde se enfoquen en resaltar los aspectos positivos que tiene Colombia y promocionarlo como un destino turístico de talla mundial.

Capital Humano

El desarrollo del capital humano es indispensable si se piensa en avanzar en turismo médico, por lo tanto es preciso incrementar el número de profesionales en ciertas áreas de la salud, generar capacidades de investigación, creatividad, e innovación (Camara de Comercio de Medellín , 2012). Desarrollando estrategias en torno a la generación de conocimiento aplicado para el sector, y así aumentar el déficit de profesionales en algunas áreas de la salud.
Por lo tanto es conveniente la creación de alianzas estratégicas entre universidades nacionales e internacionales y el gobierno para implementar nuevos programas académicos

en turismo médico y aumentar la oferta de cupos para estudiar programas relacionados con el sector.

Facilitadores del proceso

Los facilitadores médicos son empresas que guían al paciente y proveedores en todo el proceso del turismo médico. Resulta de gran utilidad implementar este servicio como un complemento para el paciente internacional, ya que muchos de ellos encuentran el uso de los facilitadores más cómodo a la hora de organizar todo el itinerario de viaje. Las empresas facilitadoras deben tener experiencia en el proceso de turismo médico y ser capaces de resolver cualquier duda o inconveniente que presente el paciente.

Infraestructura

Con el fin de fortalecer y acelerar el turismo de salud es imprescindible promover el desarrollo de una excelente infraestructura médica, la cual garantice la eficiencia, calidad y seguridad de los servicios ofertados. Ampliar la cobertura de las instituciones para poder atender una demanda adicional de pacientes extranjeros evitando el agravio en la prestación de servicios a los pacientes nacionales. Fomentar la creación de un sistema que permita la unificación de expedientes y manejo de historias clínicas por un tema organizacional. Desarrollar la infraestructura adecuada para aumentar el flujo de pacientes interesados en turismo de bienestar. De esta forma, será más factible acceder a las acreditaciones institucionales.

Promoción Internacional del sector

Crear estrategias de promoción mundial en donde se den a conocer las ventajas comparativas que tiene a Colombia frente a otros países. Generando campañas de publicidad internacional en donde se expongan la calidad de los procedimientos y profesionales, la biodiversidad, variedad turística y los bajos costos de las intervenciones, por medio de prensa extranjera, internet, redes sociales, foros internacionales de salud, ferias de turismo, entre otros (Merchan, 2013). No obstante, esta promoción del país debe ir respaldada por los programas de apoyo para las acreditaciones institucionales, alta calidad en infraestructura hotelera y prestadora de servicios médicos, mecanismos para reducir la inseguridad y un portafolio completo de servicios para ofertarle al paciente.

Clúster

Alianzas estratégicas entre actores públicos y privados para la conformación de clúster especializados en turismo médico. Para que esta unión se lleve a cabo con éxito, es indispensable que cada uno cumpla una misión específica, ya sea fomentando el aprendizaje del personal médico, generando inversiones en el sector salud o realizando mercadeo internacional. La alianza estratégica entre hoteles, spas y entidades turísticas permitirá aumentar la oferta exportable de servicios de salud, así como facilitar trámites y agilizar los procedimientos para que se preste un servicio más eficaz y de calidad.

Bilingüismo

Para que Colombia sea reconocido como un país líder en turismo médico, tiene que partir del hecho de que la mayoría de su personal médico y personas relacionadas con el sector

se comuniquen en más de un idioma, sin embargo Colombia cuenta con uno de los niveles más bajos de bilingüismo en Latinoamérica. Ante esto, el gobierno debe fomentar programas educativos en diferentes lenguas y crear incentivos para los profesionales que hablen más de un idioma. Así mismo en las instituciones prestadoras de servicios médicos se debe promover las capacitaciones y cursos presenciales y virtuales con el fin de aumentar el número de trabajadores bilingües.

Acceso

Colombia cuenta con una ventaja comparativa en el tema de cercanía estratégica con Europa y Estados Unidos. Para lograr aprovechar al máximo este atributo según el Ministerio de Industria y Comercio es preciso:

"lanzar esfuerzos como la flexibilización del visado para turistas de salud, mejorar la conectividad aérea con países objetivo, tener líneas de espera especiales para turistas de salud... Mejorar la señalización aeropuertos y carreteras y ofrecerla en inglés, y en general toda clase de esfuerzos que agilice y mejore la experiencia de entrada y salida de los turistas de salud al país".

Por otro lado, es necesario crear facilidades para los pacientes extranjeros, tales como ofrecer paquetes de viaje en donde se incluyan los costos del procedimiento a realizar, costos del vuelo, transporte en el interior de la ciudad, hotel, las diferentes actividades turísticas que pueden realizar en su estadía en el país, entre otros. Así mismo hay que simplificar la estadía del turista mediante una serie de comodidades, como excelentes hoteles ubicados cerca a las clínicas, facilidades de pago y variedad gastronómica. Todos estos aspectos harán la estadía del turista de salud más placentera, por lo que muchos de ellos volverán y recomendaran a Colombia como un destino de talla internacional (Merchan, 2013).

Colombia presenta gran cantidad de ventajas competitivas que debe aprovechar para ganar posicionamiento internacional en el sector del turismo médico, pero para incrementar la demanda de estos servicios es indispensable que cambie, mejore e implemente estrategias de internacionalización en algunos aspectos.

El turismo medico está compuesto principalmente por dos campos: el campo de la salud y el campo del turismo, por lo cual deben trabajar en conjunto para superar las brechas que presenta Colombia frente a otros países, dando como resultado un sector de talla internacional (Silva, 2013).

10 RECOMENDACIONES PARA SANTANDER

Eventos internacionales de Salud

Fomentar la realización de eventos especializados en el sector salud que permitan promocionar al departamento de Santander como un referente de la salud en América Latina. Así mismo, como generar negocios, alianzas comerciales y la conformación de redes de atención de pacientes internacionales.

Modelo de prestación de servicios

Determinar un modelo de atención integral a los pacientes tanto nacionales como internacionales, al mismo tiempo que trabajan conjuntamente el personal médico, los facilitadores, las aseguradoras y los entes gubernamentales para satisfacer las expectativas del turista de salud, facilitando a su vez la normalización y estandarización adecuada que favorezcan los procesos de certificación y acreditación de las instituciones de salud.

Exportación de servicios de salud

Consolidar un portafolio internacional de servicios de salud el cual pueda ser presentado frente a los mercados internacionales, para que estos puedan ver los servicios ofertados y las ventajas comparativas del departamento, tales como precios y calidad de los procedimientos. Este portafolio debería incluir: servicios, explicación detallada de cada procedimiento y su precio, oferta de hoteles, actividades turísticas para realizar en la región, instituciones prestadoras de servicios de salud y los precios comparativos del mercado internacional.

Marca internacional de Santander como destino de turismo medico

Creación de una marca internacional del departamento de Santander como destino de turismo de salud, enfocado en la promoción de la región de manera que sea atractivo para pacientes internacionales y nacionales. Por medio de la creación de campañas publicitarias y estrategias de marketing que muestren las ventajas competitivas de Santander. Favoreciendo el reconocimiento de la ciudad por sus servicios de salud especializados con calidad y seguridad y a precios competitivos.

Clúster de turismo medico

Conformación del clúster especializado en turismo de salud, promoviendo el apoyo logístico a los pacientes, en aspectos como trasporte, hotelería, gastronomía, turismo receptivo, entre otros.

Acreditación internacional

Promover la calidad y seguridad del paciente por medido de la acreditación de las instituciones prestadoras de servicios de salud, ya que esta representa un aspecto primordial

a la hora de elección de destino del paciente internacional.

Innovación y tecnología

Apuntar a la innovación como herramienta clave para el desarrollo del sector de turismo médico, creando nuevas tecnologías que aporten al crecimiento de la competitividad regional Así mismo mejorar la oferta exportable para que el sector pueda competir con la demanda de los mercados internacionales, por medio de alianzas estratégicas y creación de programas especializados en las universidades.

Sistema informativo

Implementar un sistema de información que permita estandarizar los procesos y resultados tanto asistencial como administrativamente…

Talento humano

Favorecer la capacitación del personal médico y personas relacionadas con el sector, que den respuesta a las necesidades del mercado. Así mismo como aumentar los niveles de bilingüismo de todo el personal para disminuir esta barrera impuesta por los diferentes idiomas.

11 CONCLUSIONES

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

Colombia cuenta con varios fundamentos para que los pacientes extranjeros, que buscan la mejor calidad de servicios médicos, se decidan por nuestro país. Algunos de estos motivos son el hecho de que actualmente el sistema de salud colombiano, según cifras de la Organización Mundial de la Salud, ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el número 22 en el mundo, la alta calidad de profesionales en el área médica, el 7,3% del PIB que el país invierte en salud y el 13,9 % de su gasto público, y que los procedimientos médicos cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en países como Estados Unidos y Europa. Adicional a esto entre sus ventajas se encuentra su diversidad de climas y su buena posición geográfica.

El turismo de salud le representa al país grandes oportunidades de crecimiento económico, ya que no solo genera aportes al sector de la salud, si no a otros con los que se relaciona, como el de la hotelería, comercio y gastronomía. El turismo medico ha transcurrido por un proceso de cambio en las últimas décadas, pasando de ser un sector incipiente a un sector en continua expansión y diversificación, convirtiéndose en una actividad de gran envergadura para la economía del país que decida desarrollarlo.

El turismo medico representa una gran importancia para el desarrollo de instituciones de salud tanto en el ámbito público como en el privado, generando ingresos adicionales, adquisición de nuevas tecnologías y el mejoramiento de la calidad de los servicios prestados, ya sean pacientes internacionales como nacionales

Para llevar a cabo un proceso eficiente de internacionalización se deben tener en cuenta diversos factores, como el hecho de que la empresa debe disponer de un producto de calidad que compita con él en los mercados internacionales, la decisión sobre la combinación entre "producto a ofrecer y mercado a servir", la similitud de los mercados internacionales con el mercado local, existencia de canales de distribución parecidos, la cercanía entre regiones, el tamaño del mercado potencial, grado de competencia entre los mercados internacionales, la propensión al cambio, la estabilidad politicoeconomica y la cercanía de la empresa con estos mercados

Los procedimientos médicos más demandados por pacientes extranjeros, se relacionan con el cuidado dental, las cirugías cosméticas, cirugía general y ortopedia. También solicitan tratamientos de bienestar como levantamiento espiritual, talleres de nutrición y de spa. El turismo de salud se clasifica en cuatro

categorías, ya que cada una de ellas incide de manera diferente en la salud los pacientes, estas son: Medicina Bienestar (Inspired Wellness), Medicina preventiva, Medicina Estética, Medicina curativa. Las categorías en las que más se especializa Colombia son la medicina estética y la medicina preventiva, no obstante se ha visto una creciente demanda de la categoría de medicina de bienestar. Por ello es indispensable que el país genere diferentes mecanismos para poder avanzar en estas y en todas las categorías del turismo médico, para que pueda entrar a competir dentro del contexto mundial.

El aporte del sector del turismo de salud al crecimiento económico de un país depende principalmente: de la integración con otros sectores; la medida en que los ingresos procedentes del turismo se utilicen para financiar el desarrollo de las infraestructuras y apoyar a las empresas locales; las políticas y estrategias adoptadas por los gobiernos y la medida en que fomentan las inversiones nacionales y extranjeras en el turismo; actividades turísticas de forma sostenible ambiental y culturalmente.

Posicionando el sector del turismo médico, Colombia alcanzara una mayor competitividad a nivel internacional, reforzando la calidad del sistema médico, tanto como para los pacientes extranjeros como para los nacionales. Así mismo genera fondos de inversión que representan opciones de crecimiento, desarrollo y sustentabilidad del territorio nacional.

El país presenta algunas desventajas en el sector del turismo de salud las cuales debe superar para lograr que este sector sea uno de clase mundial. Las principales desventajas son: falta de acreditaciones institucionales, el difícil seguimiento postoperatorio, imagen negativa de Colombia en el exterior y los bajos niveles de bilingüismo.

El nivel de los servicios médicos que se ofrecen en el departamento de Santander, tanto como la calidad de las instituciones de salud, han permitido que el departamento sea considerado entre un destino de turismo médico para los pacientes extranjeros que quieran practicarse algún tratamiento o cirugía se den con un precio competitivo y que además se realice con los mejores estándares de calidad.

El departamento de Santander ha presentado varios avances en temas concretos para potencializar el sector del turismo médico, estos avances han sido: mejora en infraestructura, imagen de la región acreditaciones, alianzas estratégicas y capacitaciones del personal médico.

A pesar de que este sector aún está en su punto inicial en el país, el gobierno y el sector privado han fomentado varias iniciativas que permitan impulsar este rubro y consolidarse como un sector que sea fuente de inversión y desarrollo económico para el país.

Colombia presenta varias ventajas competitivas que debe aprovechar para desarrollar el turismo médico, tales como: fácil acceso por ubicación estratégica y cercanía a Europa y Estados Unidos, calidad de las instituciones prestadoras de servicios de salud y el personal médico, avances tecnológicos, bajos costos de los tratamientos y gastos de viaje.

Conforme se pudo apreciar en la investigación las principales recomendaciones para que el sector del turismo medico alcance un posicionamiento y reconocimiento a nivel mundial son: mejorar la imagen internacional del país, aumentar los niveles de bilingüismo del personal médico, incrementar las acreditaciones internacionales de las instituciones prestadoras de servicios de salud, crear alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado, generar campañas publicitarias y de marketing que den a conocer al país como un destino de turismo médico, crear facilidades para pacientes internacionales, apuntar a mejorar el sistema de salud colombiano y aumentar su capacidad de atención.

Para motivar el interés de pacientes internacionales en el país, es imprescindible mejorar el sistema de salud colombiano, ya que en primera instancia es fundamental que la población nacional se encuentre conforme y acogida por el sistema.

12 BIBLIOGRAFÍA

Acosta, J. H. (julio de 2009). *Borradores Departamento de Economía.* Obtenido de http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/bibliotecaSedesDependencias/unidadesAcademicas/FacultadCienciasEconomicas/ElementosDiseno/Documentos/BorradoresEconomia/BorradCIE_30.pdf

Albi Ibáñez, E., González-Páramo, J. M., & Zubiri Oria, I. (s.f.). *Economia Publica I.* Barcelona: Barcelona Ariel 2009.

ANATO. (s.f.). *Compedio estadistico de ANATO.* Recuperado el 26 de noviembre de 2015, de COMPORTAMIENTO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y DEL TURISMO EN COLOMBIA Y EL MUNDO : http://www.anato.org/index.php/investigaciones

ANDI. (9 de abril de 2010). *Turismo de Salud. Sector de Clase Mundial.* Obtenido de PDF

ANDI. (2012). *Departamento de Santander. Informe Especial.* Obtenido de Cámara de usuarios de zonas francas : http://www.andi.com.co/czf/Documents/Documentos%20de%20Interes/DEPARTAMENTO%20DE%20SANTANDER.pdf

ANDI. (2013). *Régimen de Zonas Francas* . Obtenido de http://www.andi.com.co/es/GAI/GuiInv/ActExt/RegZonFra/Paginas/TZF.aspx

ANDI. (7 de marzo de 2014). *Santander tiene muy buen futuro en materia de Tercerización de Servicios (BPO-KPO-ITO).* Obtenido de Zona informativa.

Aragones, F. J. (2012). *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global.* Obtenido de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5114831.pdf

Banco Mundial. (s.f.). *Indicadores del desarrollo mundial*. Obtenido de http://databank.bancomundial.org/data//reports.aspx?source=2&country=COL&series=&period=#

BANCOLDEX. (2012). *Programa de Transformación Productiva. PDF .*

Bermudez, L. (12 de octubre de 2012). *Importancia socio-económica y cultural del turismo.* Obtenido de http://www.elreporte.com.uy/importancia-socio-economica-y-cultural-del-turismo/

Bustos, K. T. (2012). *TURISMO MEDICO COMO OPCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL SECTOR SALUD EN COLOMBIA.*

Caicedo, H. (septiembre de 2015). Obtenido de Las Zonas Francas en Colombia: https://www.icesi.edu.co/icecomex/images/stories/pdfs/zonas%20francas%20icesi%2050809%20hc.pdf

Camara de Comercio de Bucaramanga. (octubre de 2014). *Producto Interno Bruto Santander 2013.* Obtenido de http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2014/pib_2013.pdf

Camara de Comercio de Bucaramanga. (Mayo de 2015). *Indicadores economicos de Santander. .* Obtenido de http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/indicadores/2015/ind_mayo.pdf

Camara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). *Producto Interno Bruto de Santander .* Obtenido de http://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/pibxactividad.htm

Camara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). *Santander en cifras .* Recuperado el 3 de noviembre de 2015, de http://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/pibxactividad.htm

Camara de Comercio de Medellín . (2012). *Diseño e implementación de un modelo de cluster para la atención de paicnetes internacionales en la ciudad de Medellín .* Obtenido de Expectativas y prospectivas : pdf

Castro, A. M. (2011 de febrero de 2011). *Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia.*

DANE. (2009). *Proyecciones nacionales y departamentales de poblacion 2005-2020.* Obtenido de ESTUDIOS POSTCENSALES No. 7: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf

Delgado Jaimes, P., & Rodríguez , G. (s.f.). *El sector de servicios de salud en el área metropolitana de Bucaramanga: Un ejercicio en Prospectiva-Cualitativo.* Obtenido de http://rlcu.org.ar/recursos/ponencias_IX_encuentro/Delgado_Jaimes.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadistica . (s.f.). *Series de Población 1985-2010*. Obtenido de DANE: http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/series-de-poblacion

Departamento Nacional de Planeacion . (s.f.). *Inversiones y finanzas publicas por departamentos.* Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Bogot%C3%A1%2015.pdf

DNP. (junio de 2007). *AGENDA INTERNA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD.* Recuperado el 26 de octubre de 2015, de Documento regional SANTANDER.

Economia, S. d. (2012). *Cofemer Comision Federal de Mejora Regulatoria.* Obtenido de http://www.cofemer.gob.mx/contenido.aspx?contenido=89

El Tiempo. (2014 de noviembre de 2014). Santander tendrá dos zonas francas en salud. *El Tiempo* .

El Tiempo. (29 de Agosto de 2014). Zonas francas disfrutan de buena salud.

Elejalde, J. F. (2006). *Organización industrial del mercado de la cerveza en Colombia , Universidad de Antioquia .* Medellin: Trabajo de Grado.

ENDS . (2010). *Encuesta Nacional de Demografia y Salud.* Obtenido de Asociación Probienestar de la Familia Colombiana Profamilia: http://dhsprogram.com/pubs/pdf/FR246/FR246.pdf

Eumed. (17 de octubre de 2015). *LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO.* Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/abrr/005035_2.pdf

Eumed. (16 de octubre de 2015). *Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas.* Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf

GARCIA, V. A. (2012). *SECTOR TURISMO SALUD EN COLOMBIA.* Obtenido de http://julioramirez.jimdo.com/proyecto-turismo-de-salud/

Gordillo, A. (1997). Tratado de Derecho Administrativo . Buenos Aires : editorial Fundación de Derecho Administrativo.

Hoyos, & Martinez. (4 de DICIEMBRE de 2008). *Incentivos a la calidad: nuevos mecanismos de competitividad para el sector salud1.* Obtenido de OES: www.oes.org.co/noticias.php?id=15

JCI. (17 de octubre de 2015). *Organizaciones acreditadas por JCI*. Obtenido de http://es.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/?c=Colombia

JCI. (s.f.). *Joint Commission International .* Obtenido de http://es.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/

Julio Ramírez Montañez, J. P. (junio de 2015). *Perspectivas y Oportunidades del Turismo de Salud del Área Metropolitana de Bucaramanga en el Marco de los Países de la Alianza del Pacifico .* Obtenido de proyectodesaludsantander(junio11).pdf

Keckley, P., & Underwood, H. (2008). *Medical Tourism Consumers in Search of Value.*

kienyke. (18 de junio de 2013). *Los mejores sistemas de salud del mundo*. Obtenido de KIENYKE.COM: http://www.kienyke.com/historias/los-mejores-sistemas-de-salud-del-mundo/

La Organización Mundial del Turismo. (2015). *¿Por qué el Turismo?* Obtenido de El turismo: un fenómeno económico y social: http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo

Leandro, A. A. (2009). *El Proceso de Internacionalización de Empresas.* Recuperado el 2015, de Dialnet-ElProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf

LEGISCOMEX.COM. (2014 de Marzo de 2014). Obtenido de Régimen de Zonas Francas estimula las exportaciones del turismo de salud.

Martinez, A. ,., Minetta, ,. A., & Gómez, D. (28 de marzo de 2014). *Estudio de costos Sectores PTP para Bancóldex (Turismo de Salud).* Obtenido de PDF

MCIT. (mayo de 2009). *Informe Final Sector Turismo de Salud.* Recuperado el 13 de octubre de 2015, de Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia.: pdf

MCIT. (26 de marzo de 2010). *Turismo de Salud. Comité Sectorial Q1.* Obtenido de Programa de Transformaión Productiva .

MCIT. (julio de 2012). *Plan de Desarrollo Turístico de Santander*. Obtenido de Fondo de Promocion Turística de Santander : PDF

MCIT. (20 de octubre de 2015). *Turismo de Salud y Bienestar .* Obtenido de Programa de transformación productiva. Sectores de clase mundial : turismo_de_salud_en_colombia.0.pdf

Medesis S.A. (2008). *ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL SOBRE LA HISTORIA DEL TURISMO MÉDICO.* Obtenido de http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADCE0000933/C1.pdf

MEDISIS S.A . (2008).

Mendialdua, D. F. (s.f.). *LA FUNCIÓN REGULATORIA DEL ESTADO: EL CONTROL ESTATAL EN LA PROVISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS.*

Merchan, M. F. (31 de octubre de 2013). Obtenido de brechasturismomedico.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Informe Final Sector Turismo de Salud.* Obtenido de Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia: PDF

Ministerio de la Protección Social. (2004). *Sistema de Seguridad Social en Salud. Régimen Contributivo.* Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/GUIA%20INFORMATIVA%20DEL%20REGIMEN%20CONTRIBUTIVO.pdf

Naciones Unidas. (14 y 15 de marzo de 2013). *Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible .* Obtenido de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo : http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf

OMT. (2015). *UNWTO.* Obtenido de Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2015: PDF

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (s.f.). Obtenido de www.oecd.org

Pampillon, A. (18 de Febrero de 2007). *La importancia económica y social del turismo.* Obtenido de http://www.lr21.com.uy/economia/246675-la-importancia-economica-y-social-del-turismo

Portafolio. (10 de Marzo de 2014). *La nueva zona franca de salud*.

PROCOLOMBIA. (s.f.). *Santander se perfila como destino internacional de salud*. Obtenido de http://www.procolombia.co/salud-colombia/noticias-turismo-salud/santander-se-perfila-como-destino-internacional-de-salud

Proexport . (Julio de 2009). *Invierta en Colombia.* (S. D. Abadía, Ed.) Obtenido de Sector Turismo de salud : http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/230_Sector%20Turismo%20de%20Salud%202009-09-10.pdf

Profamilia. (s.f.). *Encuesta de Demografia y Salud .* Obtenido de http://dhsprogram.com/pubs/pdf/FR246/FR246.pdf

Ramirez Montañez, J., & Pimiento Martín, P. (junio de 2015). *Perspectivas y Oportunidades del Turismo de Salud del Área Metropolitana de Bucaramanga en el Marco de los Países de la Alianza del Pacifico.* Obtenido de proyectodesaludsantander(junio11).pdf

Ramírez, J., & Pimiento Martín, P. (junio de 2015). *Perspectivas y Oportunidades del Turismo de Salud del Área Metropolitana de Bucaramanga en el Marco de los Países de la Alianza del Pacifico.* Obtenido de proyectodesaludsantander(junio11).pdf

Ramiro Guerrero, A. I.-M. (9 de Febrero de 2011). *Sistema de Salud de Colombia .*

Red ORMET. (s.f.). *Diagnstico socioeconomico y del mercado de trabajo. Area metropolitana de bucaramanga (2007-2010) .*

Res, S. A., & Cárdenas Rendón, C. E. (mayo de 2013). *Diseño e implementación de un modelo cluster para la atención de pacientes internacionales en la ciudad de Medellín: Experiencias y prospectivas.* Recuperado el 26 de septiembre de 2015, de Documento Comunidad Cluster No. 8: CLUSTERmedellin(1).pdf

Revista del Observatorio de salud pública de Santander . (2014). *Análisis de situación de salud en Santander.*

Revista del Observatorio de Salud Pública de Santander. (abril de 2012). *Capitulo II. Determinantes en Salud .*

Romero, V. H. (2013). *POR QUÉ COLOMBIA NO ES UN PAÍS LÍDER EN LA CATEGORÍA BIENESTAR DEL SECTOR TURISMO DE SALUD.* Obtenido de PDF

Sánchez, A. J. (28 de febrero de 2011). *Health Tourism: a Global Trend Making its Way in Colombia.*

Secretaria de Salud de Santander . (30 de octubre de 2013). *BOLETIN DE PRENSA Nº 144 .* Obtenido de Santander Enserio. Gobierno de la gente : http://www.santander.gov.co/index.php/gobernacion/documentacion/finish/42-boletines-salud/3714-santander-invierte-154-250-millones-en-la-optimizacion-del-sector-salud-revelo-el-gobernador-richard-aguilar-villa

Secretario de Salud de Santander, J. J. (12 de marzo de 2014). *Observatorio de salud pública de Santander .* Obtenido de http://web.saludsantander.gov.co/index.php/noticias/osps/609-secretaria-de-salud-de-santander-ejecuto-el-813-del-presupuesto-de-2013

Semana . (s.f.). *La Organización Mundial de la Salud destaca sistema de salud de Colombia*. Obtenido de Semana: http://www.semana.com/noticias/nota-diaria/articulo/la-organizacion-mundial-salud-destaca-sistema-salud-colombia/42732-3

Silva, L. P. (2013). *EL SECTOR DEL TURISMO EN SALUD BAJO EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS .* Obtenido de tesisturismosaludtlceeuu.pdf

Tovar, J. M. (2009). *Sobre la posicion dominante de Comcel*. Obtenido de Tovar Mora Jorge. Sobre la p osición dominante de Comcel. 2009. disponible en: http://www.lasillavacia.com/elblogueo/blogoeconomia/sobre - la - posici - n - dominante - de - comcel

Universidad de Málaga. (octubre de 2015). *Cátedra de turismo, salud y bienestar.* Recuperado el 16 de octubre de 2015, de http://www.asolan.com/wp-content/uploads/2015/09/I-Master-Turismo-de-Salud_info.pdf

Universidad Sergio Arboleda. (febrero de 2014). *Estudio para definir y caracterizar la informalidad en 8 sectores seleccionados del Programa de Transformación Productiva.* Obtenido de https://www.ptp.com.co/documentos/Entregable%202B%20Turismo%20de%20Salud%20y%20Bienestar.pdf

wordpress. (31 de marzo de 2011). Obtenido de https://turismosalud.wordpress.com/

13 ANEXOS

Anexo 1

GLOSARIO

- Turismo medico

El turismo médico o turismo de salud es una acción en la cual una persona se desplaza de su lugar de origen a otro país, con el fin de someterse a algún procedimiento o tratamiento médico y al mismo tiempo conocer el lugar de destino (Merchan, 2013).

- Clúster

Un clúster es una concentración geográfica de compañías interconectadas, proveedores de servicios especializados, empresas relacionadas e instituciones asociadas en campos

particulares que compiten y al mismo tiempo cooperan para posicionar un sector específico (Res & Cárdenas Rendón, 2013).

- Proceso de internacionalización

Es la fase en la cual se logra la exportación, ya sea ocasional o regular, de algún producto o servicio (Eumed, 2015).

- Sectores de clase mundial

Son sectores que tienen una alta demanda en la economía mundial, en los cuales Colombia tiene la oportunidad de crecer (ANDI, 2010).

- Business Process Outsourcing

La externalización de procesos de negocios, BPO por sus siglas en inglés, es la subcontratación de funciones de procesos y negocios a proveedores de servicios en lugares que permitan mantener niveles de calidad altos con menores costos (Romero, 2013).

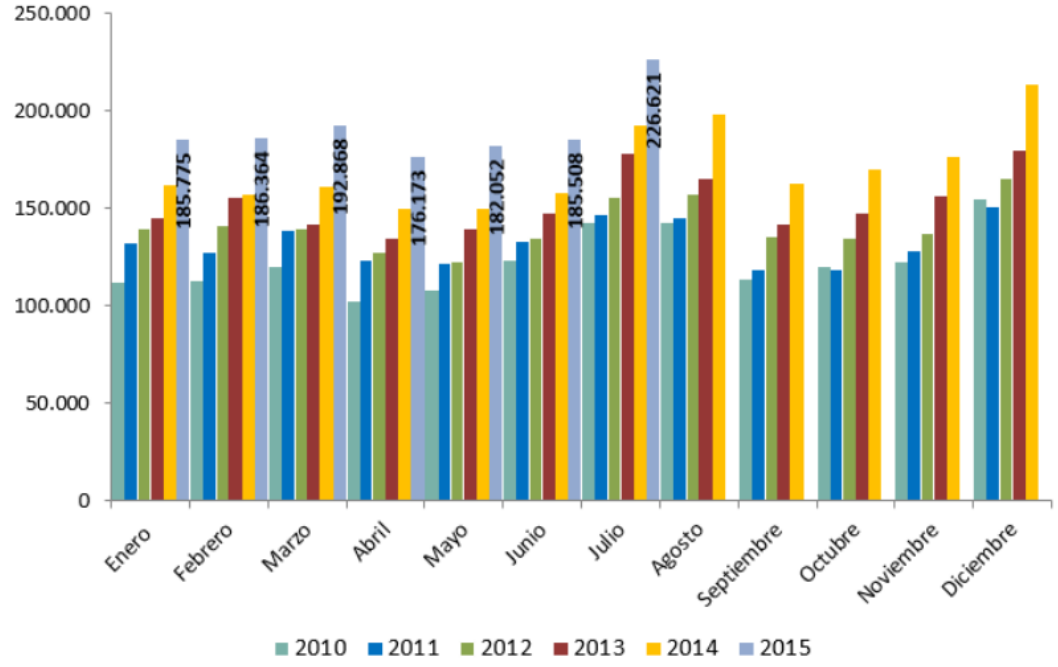
- Estrategia

Representan la habilidad para aprovechar las ventajas competitivas a un entorno cambiante, evaluando situaciones de riesgo y oportunidades enfocadas a cumplir unos objetivos propuestos.

Anexo 2

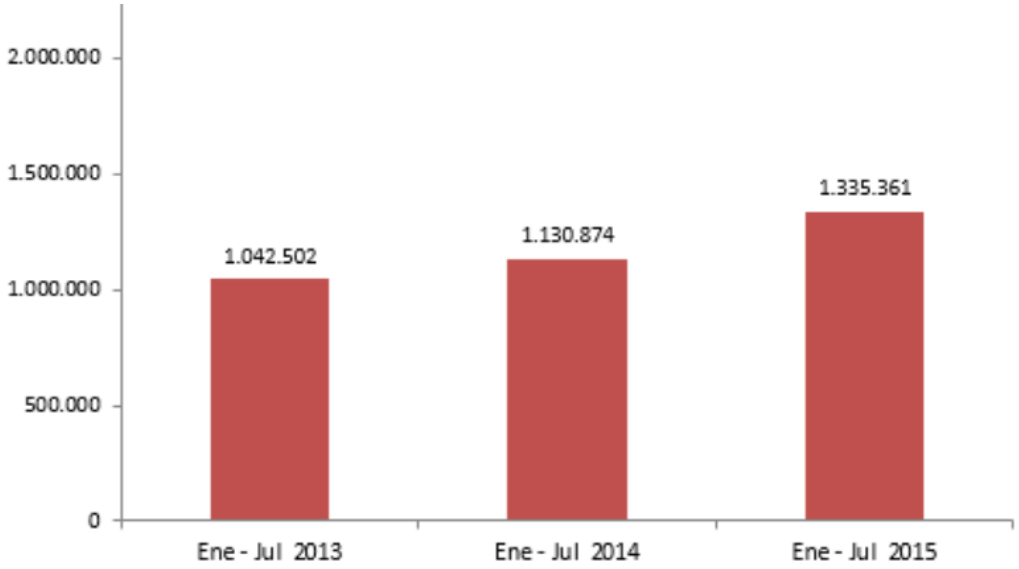
VISITANTES EXTRANJEROS QUE INGRESARON A COLOMBIA

Grafica 1. Visitantes extranjeros que ingresaron a Colombia 2010-2015



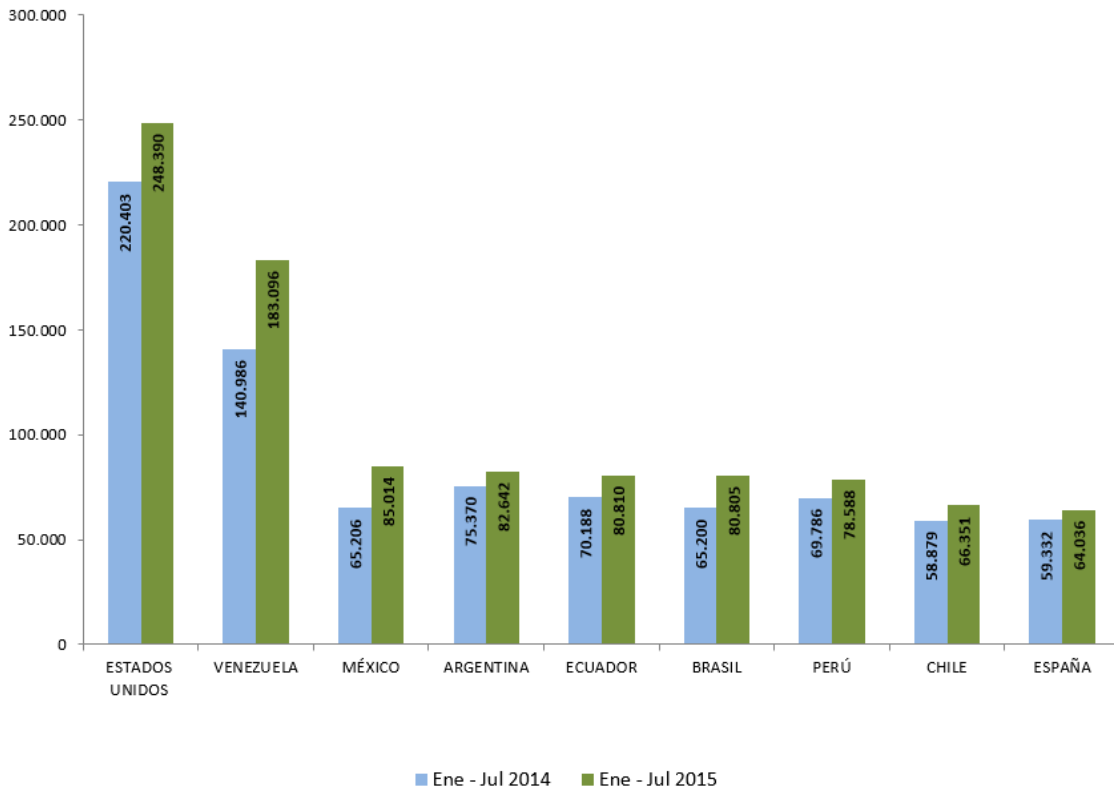
Fuente: *Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo*

Grafica 1.Visitantes extranjeros que ingresaron a Colombia (Acumulado)



Fuente: *Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo*

Grafica 3.Visitantes extranjeros por nacionalidad que ingresaron a Colombia (Comportamiento acumulado 2015-2010)



Fuente: *Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo*

Anexo 3

SISTEMA DE SALUD COLOMBIANO

La Organización Mundial de la Salud tiene un ranking de los mejores y peores sistemas de salud en el mundo, basado en aspectos como la desigualdad, el nivel global de salud de la población, la capacidad de respuesta del sistema, entre otros.
En el año 2013 Colombia ocupo el puesto número 22 en un grupo de 191 estados

miembros de la OMS, superando a países latinoamericanos como Chile, Costa Rica y Cuba. A continuación se hace una breve descripción del sistema de salud colombiano (Semana , s.f.).

El sistema de salud de Colombia, denominado sistema general de seguridad social en salud (SGSSS) fue creado por la Ley 100 de 1993, con el propósito de sustituir el sistema nacional de salud. (SNS).
El sistema de salud colombiano se conforma por el Sistema de Seguridad Social en Salud (SGSSS) la cual es la forma como se brinda un seguro que cubre los gastos de salud a los habitantes del territorio nacional, colombianos y extranjeros. Es regulado y financiado por el gobierno nacional con recursos públicos y una parte es delegada al sector privado. La afiliación al sistema es obligatoria y funciona con dos regímenes de afiliación: el Régimen Contributivo y el Régimen Subsidiado.

Al Régimen Contributivo se deben afiliar las personas que tienen una vinculación laboral, es decir, con capacidad de pago como los trabajadores formales e independientes, los pensionados y sus familias, para afiliarse pueden elegir una entidad promotora de salud (EPS) ya sea pública o privada. (Ministerio de la Protección Social, 2004). En 2010 la cobertura del RC fue de 39.4% de la población. (Ramiro Guerrero, 2011)

Por otra parte, el Régimen Subsidiado afilia a todas aquellas personas que no tienen la capacidad de pago que le permita cotizar al sistema. Las personas que ingresan al régimen subsidiado son escogidas por cada uno de los municipios o distritos por medio de la aplicación de la encuesta del Sistema de Identificación y Clasificación de Potenciales Beneficiarios para los Programas Sociales (SISBEN). Los recursos para el financiamiento del Régimen Subsidiado son reunidos a través de un Fondo de Solidaridad y Garantía (FOSYGA) y equivalen a uno y medio puntos porcentuales provenientes de 12.5% de la cotización del régimen contributivo, que se suman a fondos provenientes de otras fuentes fiscales y parafiscales. La cobertura del RS en 2010 alcanzó a 51.4% de la población. (Ramiro Guerrero, 2011)

En los últimos años Colombia ha venido adelantando varias iniciativas que permitan acelerar y diversificar la economía del país, una de ellas ha sido la creación de zonas francas que permitan la creación de empleo y la captación de nuevas inversiones de capital.